بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة اليرموك

كلية الاعلام

قسم الصحافة



دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية

دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك

The Role of Arab Sport Satellite Channels in formulating Tendencies towards Watching European Football Leagues Champions

A Field Study on Physical Education at Yarmouk University Students

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام

إعداد الطالب

صفوان محمد رحاحلة

2010938025

إشراف

د. علاء الدين احمد خليفة الدليمي

2013

قرار لجنة المناقشة

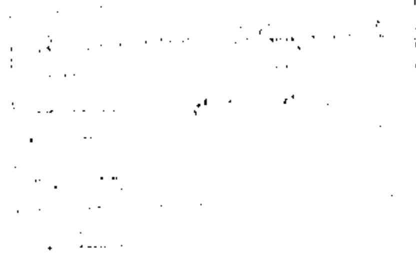
نوقشت هذه الرسالة بعنوان **دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية**

دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك

وأجيزت بتاريخ : ١١/ ٧ / ٢٠١٣

أعضاء لجنة المناقشة	التوقيع
الدكتور علاء الدين احمد خليفة الدليمي رئيسا	....
الدكتور حاتم علاونة عضواً	....
الدكتور زهير الطاهات عضواً خارجيا	....

التفويض



أنا الطالب : صفوان محمد رحاحلة

أفوض جامعة اليرموك بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

الاسم: صفوان محمد رحاحلة

التوقيع :

التاريخ : 11 /7/ 2013

الإهداء

إلى صاحبي الأيادي البيضاء التي دعت لي وساندتني وضحت كثيراً من أجلي

إلى والديَّ أطال الله بقاءهما وألبسهما ثوب الصحة والعافية ومتعني ببرهما ورد جميلهما

إلى جسر المحبة والعطاء ... إخواني وأخواتي الأوفياء ...

إلى من زرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا لنا المساعدات والتسهيلات والأفكار والمعلومات ، ربما دون أن يشعروا بدورهم في ذلك فلهم منا كل الشكر واخص منهم الزميل : قاسم عفيفي

إلى أخي الذي لم تلده أمي ، صديقي ورفيق دربي هارون الهزايمة والى جميع أصدقائي وزملائي في كلية الاعلام .

إلى هؤلاء جميعا أهدي رسالتي

الباحث

شكر وثناء

أتقدم بخالص الشكر والتقدير لأستاذي الدكتور علاء الدين الدليمي على ما حظيت به من إشراف كريم وصبر جميل وتوجيه مفيد ، ونصح سديد ، فقد منحني من علمه وتجاربه وسديد رأيه، ودقة ملاحظاته ، ما جعل العصي سهلاً، والبعيد أقرب نوالاً .

ويسعدني أن أتقدم بالشكر والتقدير لكل من ساهم في تحكيم أدوات هذه الدراسة من أعضاء هيئة التدريس، على ما أبدوه من تعاون وملاحظات قيمة أسهمت في إثراء هذه الدراسة.واخص بالذكر الدكتور محمد هاشم السلعوس والدكتور حاتم علاونة والدكتور علي نجادات والدكتور محمود شلبية والدكتور محمود السماسيري والدكتور عادل صادق والدكتور عبد القادر الحديثي والى جميع أعضاء هيئة التدريس في كلية الاعلام على ما قدموه من جهود كبيرة .

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

143	اختبار "T" للتأثيرات الوجدانية الناتجة عن المتابعة حسب متغير المستوى الدراسي	36
144	اختبار "T" للتأثيرات السلوكية الناتجة عن المتابعة حسب متغير المستوى الدراسي	37

الملخص

دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية

دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك.

إعداد : صفوان محمد رحاحلة

المشرف: د. علاء الدين الدليمي

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية ، وشملت الدراسة طلبة المرحلتين الثالثة والرابعة من كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك ، على أساس أن هذه الفئة متخصصة في المجال الرياضي ، وأكثر مشاهدة لمباريات كرة القدم الأوروبية من غيرهم . وتمت دراسة الاتجاهات والميول والإعلام المتخصص والإعلام الرياضي والفضائيات التلفزيونية الرياضية ضمن المنظور الأدبي للدراسة.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي والذي يهدف إلى التعرف على الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موضوع معين ، وتكونت عينة الدراسة من (159) مفردة من طلاب السنة الثالثة في كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك بنسبة (64.8%) ، وطلاب السنة الرابعة في ذات الكلية بنسبة (35.2%)،تم اختيارها وفق العينة العشوائية البسيطة . ولتحقيق أهداف الدراسة صممت استبانه تم تحكيمها واختبارها بطريقة علمية وبلغت نسبة ثباتها (88%)، وذلك للإجابة عن أسئلة الدراسة

ومن أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة :

- أن نسبة (72.3 %) من المجموع الكلي لطلاب كلية التربية الرياضية في السنة الثالثة والرابعة يشاهدون مباريات كرة القدم الأوروبية بنسبة عالية حيث بلغت نسبة مشاهدة الذكور من مجموعهم الكلي (89.7%) من المجموع الكلي للذكور، في حين بلغت نسبة مشاهدة الإناث من مجموعهم الكلي (45.2%).
- وبينت النتائج القناة أن قناة الجزيرة الرياضية احتلت المرتبة الأولى من حيث التفضيل بنسبة (68.6%) ، وجاءت في المرتبة الثانية قناة دبي الرياضية بنسبة (16.5%) ، وجاءت قناة أبو ظبي الرياضية المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (14.7%) .

Abstract

Rahahleh, Safwan. The Role of Arab Sport Satellite Channels in formulating Tendencies towards Watching European Football Leagues Champions: A Field Study on Physical Education at Yarmouk University Students.

Prepared by : SAFWAN MOHAMMED RAHAHLEH.

Supervisor by : Dr. Alaa Al Din Al Dulaimi.

The study aimed to investigate the role of Arab sport satellite channels in formulating tendencies towards watching European football leagues champions matches. Population of the study included 3rd and 4th year physical education faculty students at Yarmouk university as this students population is the most interested in watching European football leagues matches. In achieving the aim of the study, attitudes and tendencies among sport media and sport satellite channels were reviewed within the theoretical framework of the study.

The study used the survey approach aiming to identify the status quo facts relating to a certain phenomenon or topic. Sample of the study consisted of (159) 3rd year physical education faculty students (64.8%) and 4th year physical education at Yarmouk University students representing (35.2%) students. The sample was selected using simple random sampling procedures. To achieve the aim of the study, a questionnaire was developed and tested for reliability and validity (reliability coefficient was 0.88).

Results of the study indicated:

- (72.3 %) of the total sampled students reported high levels of watching European football leagues champions as the percentage of male students watching these matches was (89.7%) while (45.2) of female sampled students reported watching European football leagues champions matches.
- The most preferred Arab sport satellite channel was Al Jazeera Sport channel (68.6%), followed by Dubai Sport Channel (16,5%) and last Abu Dhabi Sport Channel (14.7%).

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

يتناول هذا الفصل مشكلة الدراسة وأسئلتها، بالإضافة إلى فرضياتها وأهدافها، مبينا أهميتها ومسوغات دراستها، بحيث يقدم تصورا مفصلا عن الموضوع الذي عالجه هذا البحث.

المقدمة :

تعد رياضة كرة القدم أكثر الرياضات التي تتمتع بشعبية كبيرة لدى جمهور واسع كلعبة وكمشاهدة ، ولما كانت كذلك ولما كان للإعلام الرياضي أدواره المتشعبة في المجتمع بات من المهم جدا دراسة هذه التأثيرات بشكل علمي وبحثي لمعرفة الأدوار التي تلعبها وسائل الاعلام الرياضي في تشكيل المواقف ، والاتجاهات ، والميول ، والوعي الرياضي لجمهور واسع من المجتمع .

ويضاف إلى أهمية ذلك أن الاعلام الرياضي يساهم مساهمة فاعلة ومؤثرة في عملية التنشئة ولاسيما تأثير التلفزيون في ذلك كوسيلة إعلامية لنشر الثقافة والوعي والاتجاه الرياضي واستحوذ على اهتمام كبير من جانب الجماهير لأنه الأكثر انتشارا والأقوى تأثيرا .

وتعد الفضائيات إحدى وسائل الاتصال الجماهيري الفعالة التي تلعب دورا مهما في حياة الناس ، إذ اكتسبت بعض القنوات الفضائية الرياضية سمعة مميزة في مجال التغطية للأحداث الرياضية في العالم ، وتؤثر مشاهدة الفضائيات الرياضية تأثيرا كبيرا على معرفة وثقافة الجماهير الرياضية ، وتعتمد العديد من الفضائيات الرياضية في أساليبها المختلفة على جذب المشاهدين بشكل جميل ومؤثر وتتسم بالتشويق في عرض الأخبار والتقارير إلى مشاهديها وتستعين باللقاءات التي تجريها مع ابرز الشخصيات الرياضية المتخصصة.

لكل ذلك فدراسة هذا الدور لهذه الفضائيات عموما له من الأهمية الشيء الكبير والمهم وتزداد تلك الأهمية إن كانت هذه الفضائيات وسطا ناقلا لرياضة أجنبية ، فهذا النوع من الدراسات يشكل أهمية كبرى في التعرف على كل إشكال التأثيرات المختلفة على المشاهد ، وبيان الأسباب الحقيقية التي جعلت المشاهد ينتقل من مشاهدة الرياضة المحلية والركون إلى الرياضة الأوروبية فالبحث في هذه الأسباب يعد هدفا علميا رصينا يستحق الوقوف على الأسباب والنتائج المتعلقة بهذه الظاهرة التي تحتاج إلى تفسير .

وفي هذا السياق ، تأتي هذه الدراسة ، لتسهم في إضافة معرفة جديدة في دراسة دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية ، من خلال التعرف وإدراك التأثير الذي تتركه هذه الفضائيات على المشاهد ولتحقيق المعرفة تتناول هذه الدراسة نظريات ومناهج ومفاهيم عديدة تسهم في دراسة وتحليل دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية .

مشكلة الدراسة :

ويتصدى الباحث في دراسته لقضية مهمة هي دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية ، باستخدام كل الأساليب والآليات والمستلزمات الإعلامية لعرض منتج رياضي بأدوات مبهرة ، وتشكيل الميول والاتجاهات الرياضية لدى الأفراد إزاء الرياضة الأوروبية التي تتطلب تحفيز الدوافع والرغبات من خلال عرض راقي وبأسلوب مبتكر وتحليل وتعليق رياضي محترف.

وعليه فإن مشكلة هذه الدراسة تتحدد في التعرف على دور القنوات الفضائية الرياضية العربية في تشكيل الميول لدى طلبة كلية التربية الرياضية نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية .

أسئلة الدراسة :

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن سؤال رئيس هو :

ما دور القنوات الفضائية الرياضية العربية في تشكيل الميول لدى طلبة كلية التربية الرياضية نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية ؟

وينبثق عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية :

1. ما مدى مشاهدة طلبة كلية التربية الرياضة لمباريات كرة القدم الأوروبية ؟
2. ما أسباب عدم مشاهدة طلبة كلية التربية الرياضة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟
3. ما أسباب مشاهدة طلبة كلية التربية الرياضة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟
4. ما القناة الرياضية المفضلة لدى طلبة كلية التربية الرياضية لمتابعة مباريات كرة القدم الأوروبية؟
5. ما هو الدوري الأوروبي الأكثر مشاهدة لدى طلبة كلية التربية الرياضية ؟
6. ما أسباب تفضيل مشاهدة دوري أوروبي معين لدى طلبة كلية التربية الرياضية ؟

7. ما الكيفية التي يفضل بها طلبة كلية التربية الرياضة مشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

8. ما المكان الذي يفضله طلبة كلية التربية الرياضة لمشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

9. ما رأي طلبة كلية التربية الرياضية في مقدمي البرامج الرياضية من حيث الأداء، الشكل، طريقة إدارة الحوار، الثقافة الرياضية ؟؟

10. هل للمعلقين والمحللين دور في جذب طلبة كلية التربية الرياضية لمشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

11. ما دور الاستوديوهات التحليلية في زيادة المعلومات الرياضية والدفع نحو متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية لدى طلبة كلية التربية الرياضة ؟

12. ما القناة الرياضية التي يراها طلبة كلية التربية الرياضية متحيزة في التعليق والتحليل بين مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

13. ما الوسائل الإعلامية المفضلة لدى طلبة كلية التربية الرياضة لمتابعة أخبار كرة القدم الأوروبية في غير القنوات الفضائيات الرياضية ؟

14. ما دور الذي يلعبه تشفير القنوات الفضائية الرياضة في عدم تحفيز أفراد العينة لمشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

15. ما التأثيرات الناتجة عن متابعة طلبة كلية التربية الرياضة لوسائل الاعلام التي تقدم كرة القدم الأوروبية ؟

فرضيات الدراسة :

تحاول الدراسة التحقق من الفرضيات الآتية :

1- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين طلبة كلية التربية الرياضية في التأثيرات المعرفية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي .

2- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين طلبة كلية التربية الرياضية في التأثيرات الوجدانية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي .

3- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين طلبة كلية التربية الرياضية في التأثيرات السلوكية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي .

4- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين طلبة كلية التربية الرياضية في التأثيرات المعرفية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير مكان السكن .

5- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين طلبة كلية التربية الرياضية في التأثيرات الوجدانية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير مكان السكن .

6- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين طلبة كلية التربية الرياضية في التأثيرات السلوكية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير مكان السكن .

7- توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين طلبة كلية التربية الرياضية في التأثيرات المعرفية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير المستوى الدراسي .

8- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين طلبة كلية التربية الرياضية في التأثيرات الوجدانية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير المستوى الدراسي .

9- لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين طلبة كلية التربية الرياضية في التأثيرات السلوكية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير المستوى الدراسي .

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة في كونها من الدراسات العلمية النادرة التي تُعنى بدراسة دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول للرياضة الأجنبية وبشكل خاص لعبة كرة القدم الأوروبية ، والتي شدت انتباه المشاهدين ليس فقط في الوطن العربي وإنما في العالم ككل، وقد شكلت الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية منعطفا هاما من خلال تقديمها هذه الرياضة بأسلوب مميز هدفه جذب العديد من المشاهدين لهذه الرياضة .

وتكمن أهمية هذه الدراسة أيضا في ندرة الدراسات العربية التي أجريت حول تشكيل الميول للرياضة الأجنبية ، وتبرز أهمية هذه الدراسة في أن معظم الأبحاث والدراسات السابقة قد ركزت على دور الاعلام في تشكيل المعرفة الرياضية و نشر الوعي الرياضي ،و تغطية وسائل الاعلام

للأحداث الرياضية العربية والمحلية ، ولم تركز على دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول وبالأخص نحو كرة القدم الأوروبية .

كما أن التركيز على فئة الشباب الجامعي وعلى وجه التحديد طلبة كلية التربية الرياضية يضاف أيضا إلى قيمة الدراسة وأهميتها، نظرا لارتفاع معدلات المشاهدة والتعرض للقنوات الرياضية لدى هذه الفئة لكونها فئة متخصصة في الجانب الرياضي وأكثر شغفا بمتابعة الأحداث الرياضية.

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي :

1. التعرف على دور الفضائيات الرياضية العربية في تشكيل ميول طلبة كلية التربية الرياضة نحو رياضة كرة القدم الأوروبية .
2. التعرف على القناة الرياضية المفضلة لدى طلبة كلية التربية الرياضية لمتابعة مباريات كرة القدم الأوروبية .
3. التعرف على الدوري الأوروبي الأكثر مشاهدة لدى طلبة كلية التربية الرياضية .
4. التعرف على أسباب تفضيل مشاهدة دوري أوروبي معين لدى طلبة كلية التربية الرياضية .
5. التعرف على مدى متابعة طلبة كلية التربية الرياضة لوسائل الاعلام التي تبث مباريات كرة القدم الأوروبية.
6. الكشف عن الوسائل الإعلامية التي يفضلها الأفراد لمتابعة كرة القدم الأوروبية .
7. معرفة آراء طلبة كلية التربية الرياضية في مقدمي البرامج الرياضية من حيث الأداء ، الشكل ، طريقة إدارة الحوار ، الثقافة الرياضية .
8. التعرف على دور المعلقين والمحللين في جذب طلبة كلية التربية الرياضية لمشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية .
9. التعرف على القناة الرياضية التي يراها طلبة كلية التربية الرياضية متحيزة في التعليق والتحليل بين مباريات كرة القدم الأوروبية .
10. التعرف على التأثيرات الناتجة عن متابعة طلبة كلية التربية الرياضة لوسائل الاعلام التي تقدم كرة القدم الأوروبية .

حدود الدراسة :

الحدود المكانية : الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية وتتمثل في قناة الجزيرة الرياضية ، وقناة دبي الرياضية ، وقناة ابو ظبي الرياضية .

الحدود الزمانية : العام الدراسي من 1/ 5/ ولغاية 25 / 6 / 2013 .

الحدود البشرية : طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك (طلاب السنة الثالثة والرابعة) للعام الدراسي 2012- 2013 .

التعريفات الاجرائية لمصطلحات الدراسة :

الدور: مجموعة توقعات الأفعال التي تقوم بها الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية.

الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية : هي القنوات التي تبث عبر الأقمار الصناعية (فضائيًا) وتتخصص في الجانب الرياضي بحيث تركز نشاطها في إطاره، وتجعله مجالها الذي تعمل فيه ولأجله ،حيث تقوم بنقل التظاهرات الرياضية العربية والعالمية مع التركيز على مباريات كرة القدم مستهدفة بذلك شريحة من الجمهور محددة التخصص والاهتمام لتقدم لهم مادتها، وتبث إليهم برامجها، وفي مجال الدراسة هي الفضائيات التلفزيونية العربية التي تعنى ببث مباريات كرة القدم الأوروبية سواء عبر قنواتها المفتوحة أو المشفرة وتتمثل هذه القنوات في : قناة الجزيرة الرياضية ، وقناة دبي الرياضية ، وقناة أبو ظبي الرياضية .

الميول: الدافع الذي يحفز الأفراد على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية من خلال ما تقوم به القنوات الفضائية الرياضية من تحفيز لهؤلاء الأفراد من خلال المقدمين والمذيعين والمحللين .

رياضة كرة القدم الأوروبية: ويقصد بها مباريات كرة القدم التي تجري في الدول الاوروبية سواء على صعيد الدوري أو القاري .

الدراسات السابقة :

يتناول هذا الجزء مراجعة لمنهجيات ونتائج الدراسات السابقة التي تم الاستعانة بها في موضوع الدراسة باللغتين العربية والانجليزية ، وسيتم عرض هذه الدراسات بعد تقسيمها إلى دراسات عربية و دراسات أجنبية .

أولا : الدراسات العربية

1- دراسة الشافعي (1985) بعنوان "وسائل الاتصال الحديثة ومدى تأثيرها على الشخصية الرياضية في المجتمع المصري "

هدفت هذه الدراسة الى تحديد دور وسائل الاتصال الحديثة وخاصة التلفزيون كأحد العوامل الاجتماعية وأثرها في تشكيل سلوك الطفل الرياضي ومن ثم شخصيته الرياضية .

وتوصلت الدراسة إلى إغفال التلفزيون المصري البرامج الرياضية الموجهة خاصة الطفل من 6:1 سنوات بالرغم من أهمية هذه المرحلة السنية في تشكيل سلوك الطفل ، تقوم التربية الرياضية الموجهة للمرحلة السنية من 1-6 سنوات موضوع الدراسة بدور أساسي في التغلب على السلوك العدواني وتنمية الجانب المعرفي والتنشئة الاجتماعية .

2- دراسة الزعبي (1992) بعنوان " اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو برامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو برامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني وبلغت عينة الدراسة (1505) طالب وطالبة من مختلف الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة .

وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق في الاتجاهات نحو برامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني على متغيرات الدراسة ، كما توصلت الدراسة إلى إن جميع الاتجاهات كانت ايجابية وفي جميع المجالات باستثناء مجال كفاءة العاملين ، وأظهرت الدراسة عدم وجود فروق في الاتجاهات نحو برنامج المجلة الرياضية على جميع متغيرات الدراسة .

3- دراسة ابو عابد (2002) بعنوان "الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني في الفترة من (1995-2000) "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة الإعلام الرياضي متمثلا في إحدى وسائله وهي الصحافة الرياضية على قرارات الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الأجهزة الفنية للمنتخب المصري لكرة القدم في الفترة 1995-2000 واشتملت عينة البحث على عينة الصحف والعينة البشرية وتم اختيار عينة الصحف بطريقة عمديه لأنها تمثل الصحف الأكثر انتشار وتوزيعا في جمهورية مصر العربية منه صحيفة الأهرام ، وصحيفة الأخبار، وصحيفة المساء، ومجلة الكرة والملاعب ، واشتملت العينة البشرية على : عدد من أعضاء مجلس إدارة الاتحاد المصري لكرة القدم، عدد من أعضاء الأجهزة الفنية للمنتخب المصري في الفترة من 1995-2000م ، عدد من الصحفيين والنقاد الرياضيين في الصحف السابق ذكرها .

وتوصلت هذه الدراسة إلى :

1- تسبب الصحافة الرياضية في إثارة الرأي العام ضد الأجهزة الفنية للمنتخب الفني للمنتخب المصري لكرة القدم مما يؤدي إلى إقالتها .

2- عدم وجود الخبرة العلمية الأكاديمية أو العملية لبعض النقاد لكي يقوموا بعملية النقد الرياضي بطريقة سليمة وموضوعية .

3- تزعم بعض الأجهزة الفنية للمنتخب المصري لكرة القدم أن الصحافة الرياضية تتسبب في إثارة الرأي العام ضدها بسرعة إقالة الأجهزة الفنية للمنتخب المصري يؤدي إلى عدم قدرة هذه الأجهزة على تطبيق برامجها وسياساتها التدريبية في هذه الفترة القليلة .

4- دراسة الهنداوي (2004) بعنوان "تحليل برامج التلفزيون الرياضية وأثرها على نشر الوعي الرياضي"

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل برامج التلفزيون الرياضية ومعرفة أثرها على نشر الوعي الرياضي لأفراد المرحلة العمرية من 12-15 سنة من خلال التعرف على البرامج الرياضية في التلفزيون المصري ودورها في تنمية الوعي الرياضي ، أسلوب تقديم البرامج وعلاقته بجذب الجمهور ، الأنشطة الرياضية التي تركز عليها برامج التلفزيون ، المساحة الزمنية المخصصة للبرامج الرياضية ، أساليب النهوض بالبرامج الرياضية .

اشتمل مجتمع البحث على تلاميذ المرحلة العمرية من 12 إلى 15 سنة (المرحلة الإعدادية) ، حيث تم حصر الإدارات والمناطق التعليمية بمحافظة الغربية وكان عددها (10) إدارات ثم تم حصر المدارس الحكومية التي تقع بكل إدارة تعليمية وبلغ العدد الإجمالي للمدارس الإعدادية بالمحافظة (340) مدرسة، وقد بلغ عدد تلاميذ هذه المرحلة (332459) ، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي ،واعتمدت على عينة بلغ عددها (470) مفردة ، وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية الطبقية .

وتوصلت الدراسة إلى أن (15%) من أفراد العينة يرون إن هدف البرامج الرياضية التسلية فقط، وأن (40%) يرون إن التلفزيون يؤثر على ثقافة الجمهور الرياضي ، وأن (50%) يرون إن وقت البرامج الرياضية كافي لاكتساب واستيعاب المعلومات والمهارات الرياضية، وان (70%) يفضلون مقدمي البرامج الرياضية من الرجال فقط ، وأوضحت الدراسة أن (55%) يرون إن التلفزيون يقوم بالدور المطلوب منه على أكمل وجه في نشر الوعي الرياضي .

5-دراسة عبيدات (2005) بعنوان " دور الاعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعة الأردنية "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية في دور الاعلام في نشر رياضة المرأة ، وبلغت عينة الدراسة من (381) طالبة من طالبات كليات التربية الرياضية في جامعة اليرموك ، والجامعة الأردنية وجامعة مؤتة والجامعة الهاشمية ، وأظهرت نتائج الدراسة عدم اهتمام الاعلام الرياضي برياضة المرأة بالشكل المطلوب إلا في حالة مشاركتها في الألعاب التنافسية ، كما وتوصلت إلى اهتمام وسائل الاعلام الرياضي بالتغطية الإخبارية الخاصة برياضة الرجال بشكل اكبر من متابعة الإخبار الرياضية الخاصة بالانجازات التي تحققها المرأة ، كما توصلت إلى ضعف اهتمام وسائل الاعلام الرياضي بنشر المفهوم الحقيقي برياضة المرأة ودعمها .

6- دراسة السلعوس (2005) بعنوان "المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني دراسة ميدانية من وجهة نظر المشاهدين "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى إقبال المشاهدين من كافة الأعمار على برنامج المجلة الرياضية ، والتعرف إلى أراء المشاهدين حول ما تقدمه المجلة من فقرات بهدف تحسين أدائها والوصول بها المستوى الأمثل ، التعرف إلى مدى اهتمام المجلة بالأنشطة الرياضية التي تجرى داخل المنشآت الرياضية .

واشتمل مجتمع الدراسة على الجمهور الأردني محددا في عمان واربد والمفرق والسلط والقرى المحيطة وقد استخدم الباحث العينة العشوائية البسيطة ، مستخدما أسلوب القرعة .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

1- إن طابع المجلة الرياضية من حيث فقراتها ومقدميها هو طابع روتيني بحاجة إلى التجدد المستمر والوجوه الجديدة .

2- إن المجلة الرياضية تحظى بإقبال المشاهدين من كافة الأعمار بنسبة 75,3% ومن الجنسين على حد سواء .

3- إن المجلة تركز على لعبة كرة القدم أكثر من غيرها من الألعاب الرياضية بنسبة بلغت 57,1 ، وان مباريات كرة القدم بين الأندية الرياضية الأردنية من أكثر الفقرات التي تستقطب اهتمام الجمهور بنسبة 26,9% .

4- ويرى 60,3% إن المجلة لا تقدم طرائف رياضية أو أهداف لاعبي كرة القدم .

5- إن المجلة لا تعمل على تحسين أداء مقدميها من حيث الشكل والمضمون ، ويعتقد 55,2% إن المجلة الرياضية لا تلبي رغباتهم بمشاهدة الألعاب الرياضية ، ويرى 16,2% كما ويندر استضافة رياضيين من البلدان العربية .

7- دراسة نبيل محمود شاكر و عثمان محمود شحاذة (2009) بعنوان " دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى"

هدفت هذه الدراسة إلى بناء مقياس الثقافة الرياضية لمشاهدي القنوات الرياضية الفضائية،والتعرف على دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى. بالإضافة إلى معرفة الفرق بين الذكور والإناث المشاهدين للقنوات الرياضية في مستوى الثقافة الرياضي.

تمثل مجتمع الدراسة بطلبة جامعة ديالى للعام الدراسي (2008/2007) والبالغ عددهم (9116) طالباً وطالبة ، وقد تم اختيار المجتمع بالطريقة العمودية وبلغت عينة الدراسة (1086) طالباً وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من جميع كليات جامعة ديالى ماعدا كلية التربية الرياضية وحسب عدد طلاب كل كلية، إذ يمثل هذا العدد نسبة(12%) تقريبا من نسبة المجتمع الكلي.

توصلت هذه الدراسة إلى فاعلية مقياس الثقافة الرياضية لمشاهدي القنوات الفضائية الرياضية في قياس مستوى الثقافة الرياضية لطلبة الجامعة ، وأن للقنوات الفضائية الرياضية دورا ايجابيا في تزويد المشاهد بالثقافة الرياضية بالإضافة إلى أنّ مستوى الثقافة الرياضية لدى متابعي القنوات الفضائية الرياضية لكلا الجنسين متساو تقريبا.

8- دراسة طاهر (2009) بعنوان " التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في القناة الفضائية العراقية "

هدفت هذه الدراسة إلى رصد التباين في التغطية الإخبارية للألعاب الرياضية المختلفة ، ومعرفة القوالب الفنية لتحرير الإخبار في النشرة الرياضية ، والتقصي عن مصادر الإخبار الرياضية والتعرف على الدور المتوقع منها وغير المتوقع منها ، ورصد التباين الجغرافي للإخبار في النشرات الرياضية .

واستخدمت الدراسة المنهج المسحي وطريقة تحليل المضمون واعتمد الباحث في جمع بياناته على استمارة لتصنيف المعلومات وفقا لفئات معينة تسعى للإلمام بجميع جوانب التغطية الإخبارية التي تتعلق بالنشرة الرياضية

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية : وجود تباين كبير في التغطية الإخبارية للإحداث الرياضية عن طريق فقدان التوازن في الاهتمام بين الألعاب الرياضية المختلفة حيث حظيت لعبة كرة القدم بالمرتبة الأولى بفارق زمني بلغ (3437) ثانية وفارق تكرار(41) مرة حيث أفردت لها النشرة الرياضية (2217) ثانية بمجموع تكرار (30) مرة كما دلت الإحصائيات على إهمال النشرة الرياضية تغطية عدد من الألعاب التي لم تظهر في العينة مثل السباحة ورفع الإثقال..الخ، كما اعتمدت النشرة الرياضية على قالب الهرم المقلوب في تحرير الإخبار ، وحل قالب الهرم المقلوب المتدرج في المرتبة الثانية ،ولم يشغل قالب الهرم المعتدل سوى نسبة ضئيلة مقارنة مع القالبين السابقين ، أولت القناة اهتمام كبيرا في الشأن المحلي فهي قناة شبه رسمية تحظى باهتمام الجمهور المحلي ، ون خلت النشرة من الإخبار العربية وهذا ومؤشر واضح على وجود خلل في تغطية الإحداث العربية .

9- دراسة العيثاوي (2010) بعنوان" التغطية التلفزيونية للإحداث الرياضية الكبرى "

هدفت الدراسة في الوصول إلى أفضل السبل التي تؤدي إلى تغطية تلفزيونية جيدة للإحداث الرياضية الكبرى بعد إن أصبحت تغطية هذه الإحداث في مقدمة اهتمامات القنوات الرياضية في

العالم ، وهي محاولة للاستفادة من تقويم تغطية الجزيرة الرياضية لدورة الألعاب الأسيوية الخامسة عشر من حيث وضع الفكر النظري في خدمة العمل التطبيقي بما يرفع من مستوى الأداء المهني في القنوات الرياضية العربية.

واستخدمت الدراسة المنهج المسحي ، واعتمد الباحث على الملاحظة المنظمة ، حيث تم تغطية الدورة ب(235) ساعة تقريبا لمدة خمسة عشر يوما وهي مدة الدورة .

وتوصلت الدراسة إلى الاعتماد على تقديم الإخبار بمواجيز وليست نشرات إخبارية حفاظا على التركيز ورشاقة الخبر ، ،وجاء فن الحديث التلفزيوني في صدارة الفنون المستخدمة في تغطية قناة الجزيرة الرياضية لأسياد الدوحة بنسبة 27,2% ، ولم تكن بعض الأحاديث التلفزيونية (المقابلات) تخلو من المبالغة والتضخيم وهي من عيوب هذا الفن ، يليه فن التحليل بنسبة 22,9% وذلك لكثرة الألعاب التي جرى فيها التنافس بالإضافة إلى نقص عدد المحللين لاسيما في الألعاب غير المشهورة في الوطن العربي، واحتل البث المباشر المرتبة الثالثة بنسبة 17,6% ،وجاء الخبر في المرتبة الرابعة بنسبة 14,6% وكانت الأولوية في الخبر من نصيب الانجازات التي يحققها الرياضيون العرب في أكثر الأحيان ، احتلت لعبة كرة القدم المرتبة الأولى بنسبة 13,5% من حجم تغطية كل لعبة في النشرات الإخبارية .

10- دراسة احمد عبد المنعم (2011) بعنوان " الآثار السلبية للقنوات الفضائية الرياضية والدعائية على نظام التربية البدنية والرياضة كنظام اجتماعي عربي "

هدفت الدراسة إلى تقويم نوعية ومحتوى وطريقة عرض وأسلوب المناقشة للبرامج التي تعرض على بعض القنوات الرياضية العربية وأثرها السلبي على التربية البدنية والرياضية كنظام تربوي اجتماعي عربي .

واستخدمت الدراسة المنهج المسحي ، تناول البحث تحليل برامج ل (14) قناة فضائية منها (9) قنوات فضائية رياضية و(5) قنوات فضائية دعائية .

وتوصلت الدراسة إلى وجود قصور في دور القنوات الرياضية الفضائية تمثل في التركيز على رياضة كرة القدم والشق التنافسي منها بل والتركز على مشكلات الأندية واللاعبين والحكام على حساب الرياضات الأخرى ، واقتصر دور تلك القنوات على الإثارة وتضخيم المشكلات وإبراز الأخطاء بنسبة (81 %)، كما يرى (89%) خلو محتوى جميع برامج تلك القنوات من التثقيف

الرياضي والتعليم والترفيه والتدريب والترويح الرياضي ، كما احدث أسلوب تناول الموضوعات الرياضية نوع من الإثارة للجماهير حيث يرى (85%) تركيز القنوات الرياضية على إبراز المشكلات وتسليط الضوء عليها وإعادتها وتضخيمها بصورة مستمرة وتقديم التفسيرات الشخصية التي لا تبنى على دليل علمي صادق ،وناتجة عن أفراد غير مسئولين وغير محاسبين وغير متخصصين وبدون حياديه أو شفافية في عرض الموضوعات والتي لا غرض منها سوى السبق الإعلامي .

11- دراسة سامح (2012) بعنوان "الاعلام الرياضي وصنع القرار في المجال الرياضي"

هدفت الدراسة إلى التعرف على علاقة الصحافة الرياضية بصنع القرار في الأندية والاتحادات الرياضية بجمهورية مصر العربية وذلك من خلال التعرف على :

علاقة الصحافة الرياضية بتحديد المشكلات والبدائل للمشكلات واختيار البديل المناسب كحل للمشكلات في الأندية والاتحادات الرياضية ، علاقة الصحافة الرياضية باتخاذ القرار ومتابعة تنفيذ القرار في الأندية والاتحادات الرياضية .

واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي متبعة الأسلوب المسحي وذلك لملائمها لطبيعة الدراسة، وتم اختيار عينة البحث بالطريقة العمدية من الصحف ، كما تم اختيار العينة البشرية بالطريقة العمدية من رؤساء وأعضاء مجالس إدارات الأندية والاتحادات الرياضية خلال الفترة 2005 – 2006 .

توصلت الدراسة إلى احتلال النقد للمرتبة الأولى في تناول الصحف الرياضية للموضوعات والمشكلات والقرارات الخاصة بالأندية بنسبة 28% ثم الوصف بنسبة 21,6% واقتراح بدائل في المرتبة الأخيرة بنسبة 20,7% ، واحتل الخبر المرتبة الأولى في الاهتمام الصحفي في تناول القضايا والقرارات الخاصة بالأندية والاتحادات الرياضية وحصل على نسبة 16,9% ثم المقال بنسبة 11,7% ثم باقي القوالب والإشكال .

12- دراسة الرويشد (2012) بعنوان "دور وسائل الاعلام في تطوير كرة القدم الكويتية من وجهة نظر الرياضيين والصحفيين "

هدفت الدراسة إلى بيان وجهة نظر الرياضيين والصحفيين في إلية تطوير كرة القدم الكويتية ، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة من أدوات المنهج المستخدم ، كما اختار الباحث عينة عشوائية من الصحفيين والرياضيين بنسبة (10%) الذين تحيدهم حيث بلغ عدد أفراد العينة (100) رياضي و (100) عامل في مجال الاعلام الرياضي

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية : إن إلية تطوير كرة القدم الكويتية من وجهة نظر اللاعبين جاءت بدرجة متوسطة ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية من وجهة نظر الرياضيين والصحفيين في الدور الذي يمكن إن تقوم به وسائل الاعلام في دولة الكويت في تطوير رياضة كرة القدم الكويتية بحسب العمر والجنس والمؤهل العلمي والخبرة ونوع العمل ، وجود العديد من المشاكل التي تواجه كرة القدم في دولة الكويت من أهمها : عدم تطبيق قانون الاحتراف الرياضي ، عدم التفرغ الكامل لممارسة الرياضة وتهالك المنشئات الرياضية وتدخل السياسة بالرياضة ، وعدم قيام وسائل الاعلام بواجبها تجاه تطوير كرة القدم الكويتية .

ثانيا : الدراسات الأجنبية

1- دراسة مؤسسة الرياضيين الهواة (2001) بعنوان "CHILDREN AND SPORTS MEDIA "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الأطفال في سن 8- 17 سنة للرياضة من خلال وسائل الاعلام ، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي ، وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية البسيطة ، وبلغت عينة الدراسة 509 مفردة من الأطفال في سن 8- 17 في الولايات المتحدة الأمريكية.

وتوصلت الدراسة إلى إن 94 % من الأطفال يتعرضون لوسائل الاعلام للاطلاع على الإحداث الرياضية ، وان 29% يتعرضون لوسائل الاعلام بشكل يومي ، وبينت النتائج إن التلفزيون أكثر الوسائل استخداما من قبل الأطفال للاطلاع على هذه الإحداث بنسبة بلغت 54% ، واحتلت رياضة الألعاب الاولمبية أعلى نسبة مشاهدة بين الأطفال بنسبة 84% لأنها تحدث كل سنتين فقط.

2- دراسة ادوارد كاين (2007) بعنوان " Framing Differences in GenderRelated Sport Coverage by Internet Sites and Newspapers"

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية لكلا الجنسين في استخدام المحتوى الرياضي في الصحف التقليدية والصحف الرياضية على الانترنت التي اصبحت مصدر رئيسي للمعلومات الإخبارية. واعتمدت هذه الدراسة على تحليل المواد الرياضية الأمريكية لعام 2007 والتي تضمنت فتح بطولات للرجال والنساء في رياضة التنس ، وكانت قد نشرت هذه المعلومات في صحيفة لوس انجلس تايم، ونيويورك تايمز، والولايات المتحدة الأمريكية اليوم ، وأيضا على مواقع الانترنت كموقع espn و فوكس الرياضية و الرياضة المصورة.

وأظهرت النتائج أنه قد تم نشر 192 مقال عن بطولة التنس في الولايات المتحدة ، منها (70.8%) في الصحف منها (41.9%) عن بطولة الرجال، (19.1%) عن بطولات النساء و (39%) عن البطولة بشكل عام .

اما على مواقع الانترنت فهي (48.2%) للرجال و (25%) للنساء و (27%) بشكل عام، أي أن الاهتمام بالصحف التقليدية والصحف على الانترنت بالرياضة للرجال أكثر منها للنساء.

3- دراسة محمد إسلام (2008) بعنوان " Sport TV Channel Preferences in Lahore ,Pakistan"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه القنوات التلفزيونية الرياضية في تطوير الرياضة بين مشاهدي هذه القنوات، كما هدفت إلى الحصول على نظرة ثاقبة للعوامل التي تجعل بعض القنوات الرياضة أكثر تفضيلا من غيرها لدى المشاهدين.

واستخدمت الدراسة المنهج المسحي ،واعتمدت على عينة بلغ عددها (100) مفردة ، اشتملت على الطلاب،المعلمين ورجال الأعمال والمحامين من مدينة لاهور ، وكانت الفئة العمرية من أفراد العينة بين 17(الحد الأدنى) و 60 (كحد أقصى) سنة ، وتم اختيار العينة بالطريقة العشوائية البسيطة

وقد توصلت الدراسة إلى ما يلي :

احتلت القناة الرياضية العاشرة المرتبة الأولى من حيث التفضيل كقناة لمشاهدة الألعاب الرياضية بين أفراد العينة بنسبة 44٪ ، وجاءت قناة ستار الرياضية في المرتبة الثانية من حيث التفضيل ، وجاءت قناة سوبر الرياضية في المرتبة الأخيرة من حيث التفضيل بنسبة 4٪ ، وتوصلت الدراسة إلى إن 60% من أفراد العينة يفضلون رياضة الكريكيت على غيرها من الرياضات ، وان 19% من أفراد العينة يفضلون رياضة كرة القدم، و8%من أفراد العينة يفضلون الهوكي ، و13 % من أفراد العينة يفضلون رياضات أخرى غير موجودة في الاستمارة الموزعة ، ويرى ما نسبته 44٪ من أفراد العينة أن القناة الرياضية العاشرة هي الأفضل من حيث التغطية للأحداث الرياضية ونقل أخبار اللاعبين ، في حين يرى ما نسبته 33٪ أن قناة ستار الرياضية هي الأفضل من حيث التغطية للأحداث الرياضية ، ويرى ما نسبته 15 ٪ أن قناة PTV هي الأفضل من حيث التغطية ، و8 ٪ يرون بان قناة سوبر الرياضية هي الأفضل من حيث التغطية للأحداث الرياضية .

4- دراسة سليمان فارزالبور (2012) بعنوان " The Role of Mass Media in Women's Sport "

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسال الاعلام في مجال الرياضة النسائية من وجهة نظر الخبراء واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي ، وتكونت العينة من 300 مفردة من خبراء

في وسائل الاعلام و خبراء في مجال الرياضة و شخصيات محلية و دولية نسائية رياضية في إيران.

وأظهرت النتائج أن دور وسائل الاعلام ضعيف فيما يتعلق بالرياضة النسائية ، وأنه يجب إن يتم استخدام أفضل لوسائل الاعلام للنهوض بالرياضة النسائية .

كيف تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة :

في ضوء عرضنا للدراسات السابقة التي تناولت العديد من الموضوعات منها : وسائل الاتصال الحديثة ومدى تأثيرها على الشخصية الرياضية في المجتمع المصري ، تحليل برامج التلفزيون الرياضية وأثرها على نشر الوعي الرياضي ، المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني دراسة ميدانية من وجهة نظر المشاهدين ، التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في القناة الفضائية العراقية.

وأظهرت نتائج بعض الدراسات أن البرامج الرياضية لها دور ايجابي في تشكيل الوعي الرياضي ونشر الثقافة الرياضية ، كما أظهرت النتائج إن الصحافة الرياضية لها دور كبير في إثارة الرأي العام الرياضي ضد المؤسسات الرياضية ، و أن البرامج الرياضية بحاجة إلى التجديد المستمر والوجوه الجديدة حتى لا تفقد هذه البرامج جاذبيتها ، كما توصلت الدراسات إلى تركيز القنوات الرياضية على رياضة معينة (كرة القدم) وإهمالها للرياضات الأخرى ، وتضيف دراسات أخرى إن رياضة كرة القدم تواجه العديد من المشكلات كان أبرزها عدم تطبيق نظام الاحتراف الرياضي بالشكل المناسب . وأتت الاستفادة من الدراسات السابقة من حيث كيفية المعالجة وإتباع المنهجية المناسبة ، وصياغة مشكلة البحث وأهدافه، و بناء أداة بحثه المستخدمة (الاستبيان).

إما الدراسة الحالية فتتميز بأنها الأولى حسب علم الباحث التي تتناول موضوع دور الاعلام في تشكيل الميول نحو مباريات كرة القدم الأوروبية ، والتي تتمتع بشعبية كبيرة لدى المشاهدين وبشكل اخص لدى المشاهد الرياضي المتخصص ، لما تتميز به هذه الرياضة من قدرة على جذب الجمهور الرياضي لها ، وهنا لابد من التركيز على الدور الذي يلعبه الاعلام في طرح هذه الرياضة من حيث الإعداد والتقديم والتحليل لهذه الرياضة ، وتشكيل الميول والاتجاهات للرياضة الأوروبية ، مما يشكل إضافة جديدة للمكتبة العربية خاصة أن الدراسات السابقة لم تتطرق إلى هذا الموضوع بل ركزت على بعض الأمور الهامشية التي تتعلق بالإعلام الرياضي والرياضة

المحلية ، ولم تسلط الضوء على مباريات كرة القدم الأوروبية كما تتميز هذه الدراسة بأنها اتخذت من طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك (طلاب السنة الثالثة والرابعة) عينة للدراسة والتحليل، كونها عينة متخصصة و أكثر متابعة من غيرها .

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول

النظرية المستخدمة في الدراسة

استخدم الباحث في دراسته نظرية "الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاقناعية" و " مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام " للتعرف على دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية .

قام الباحث بالتعرف على علاقة أفراد العينة بالفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية ، وذلك من خلال التعرف على الأساليب التي تستخدمها القنوات الفضائية الرياضية في استمالة أفراد العينة لمتابعة مباريات كرة القدم الأوروبية .

كما قام الباحث بالتعرف على طبيعة تعرض أفراد العينة للقنوات الفضائية التلفزيونية الرياضية العربية ، ومدى اعتمادهم عليها في متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية ، ودور الاعتماد على متابعة الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل التأثيرات المترتبة على المتابعة .

و تكمن أهمية استخدام نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري لهذه الدارسة أنه يساعد على اختبار وقياس مدى اعتماد جمهور أفراد العينة على القنوات الفضائية التلفزيونية الرياضية العربية كمصدر رئيسي للمتابعة والحصول على المعلومات عن رياضة كرة القدم الأوروبية ، والتأثيرات المترتبة على متابعة أفراد العينة لكرة القدم الأوروبية .

أولا : الاستمالات المستخدمة في الرسالة الإقناعية

توجد ثلاث انواع أساسية من الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاقناعية هي : الاستمالات العاطفية ، والاستمالات العقلانية ، واستمالات التخويف وفيما يلي عرض لهذه الأنواع الثلاث من الاستمالات :

1- الاستمالات العاطفية :

تعتمد الاستمالات العاطفية على استخدام الشعارات والرموز، فالشعارات هي العبارات التي يطلقها القائم بالاتصال لتلخص هدفه في صيغة واضحة ومؤثرة بشكل يسهل حفظها وترديدها وتصبح مشحونة بمؤثرات عاطفية وتستخدم شعارات براقة تحضى باحترام المتلقي دون أن تحدد المعنى الدقيق لها في الموقف الاتصالي (ابراهيم وحمد ،2010، 72) .

ويرى الباحث ذلك بما تقوم به القنوات الفضائية الرياضية من إطلاق لبعض المسميات على الأحداث الرياضية القوية ، (كالديربي) و (الكلاسيكو) فهي بذلك تريد أن توصل رسالة إلى المتلقي مفادها أن مثل هذه الأحداث تأخذ طابعا حماسيا قويا بين أطرافها .

كما تعتمد الاستمالات العاطفية على استخدام الأساليب اللغوية : التشبيه، الاستعارة،الكناية، ودلالات الألفاظ ، والاستشهاد بمصادر، وعرض الرأي على انه حقيقة ، بالإضافة إلى معاني التوكيد مثل بشدة – بقوة (حسنة ، http://www.islamweb.net)، ويرى الباحث أن ذلك يظهر جليا في أسلوب المعلقين الرياضيين والكتاب الصحفيين وما يقومون به من استخدام لمثل هذه الأساليب اللغوية كأن يصف المعلق الرياضي لاعب معين (بالساحر) .

وتذكر رشتي ثلاثة عوامل تؤثر على شدة الإثارة العاطفية هي (1978، 467):

1- محتوى الاستمالة : يجب أن يكون محتوى الاستمالة له معنى عند المتلقي حتى يستجيب للهدف ويحدث التوتر العاطفي ، فالناس يميلون إلى تجاهل التهديدات حتى تظهر علامات واضحة على خطورتها .

ويؤكد مكاوي والسيد (1998 ،191) أن الرسائل التي تعمل على إثارة الخوف يقل تأثيرها كلما زاد مقدار الخوف فيها ، ذلك لان الجمهور ترتفع درجة توتره بالتخويف الشديد - ولا يتم تقليل ذلك الخوف – يتم التقليل من شأن التهديد أو أهميته ، أو قد يلجأ إلى تجنب الرسالة بدلا من أن يتعلم منها أو يبدأ في التفكير في مضمونها .

2- مصدر الرسالة :

إذا نظر المتلقي إلى القائم بالاتصال باعتباره غير ملم بالمعلومات الكافية سوف يرفض توقعاته ، وبهذا تفشل الرسالة في إثارة ردود الفعل العاطفية ، وإذا شعر المتلقي أن القائم بالاتصال يبالغ في التخويف فانه قد يتجاهل ما يقوله. (رشتي ،1978، 470)

3- خبرات الاتصال السابقة للمتلقي :

يذكرحسن (http://dc189.4shared.com/doc/YqYrReMg/preview.html) أن جانب الخوف يكون متراجعا لدى الجماهير عندما تتعرض تلك الجماهير لرسائل التوتر ، إذا سبق أن تعرضوا لرسائل مشابهة ، فالتعرض السابق للمعلومات يؤدي إلى نوع ما من "التحصين العاطفي" لدى المتلقي ، ويرى مكاروي والسيد (1988، 192) أن عنصر المفاجأة يزيد من درجة الإثارة العاطفية التي تحدثها الأخبار السيئة، فإدراك الخطر تدريجيا يقلل الخوف الذي يترتب على المعرفة

2- الاستمالات العقلية :

تعتمد الاستمالات العقلية على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة وتستخدم في ذلك (إبراهيم وحمد ، 2010 ، 74) :

- الاستشهاد بالمعلومات والإحداث الواقعية . ويفسر الباحث ذلك بما تقوم به القنوات الفضائية الرياضية من خلال الشرح والتوضيح والإعادة ، لبيان أن الهدف المحتسب لصالح فريق ما هو (تسلل) من خلال أخذ رأي أصحاب الاختصاص (المحللين الرياضيين) ، أو إن يتم استعراض بعض الأخطاء التحكيمية التي حدثت في المباراة لبيان أن الإعاقة التي تعرض لها اللاعب لا تستحق الطرد .

ويؤكد وافي (site.iugaza.edu.ps/awafi) أن القائمين بالاتصال يحاولون أن يدعموا رسالتهم الاقناعية بتقديم ادلة ، وتلعب العديد من العوامل دورا هاما وأساسيا في تحديد عمل القائم بالاتصال، أهمها المصداقية للمتحدث ، وكلما زادت مصداقية المصدر ، قلت الحاجة لمعلومات إضافية تؤيد ما تقوله ، وكذلك يقلل التقديم الضعيف للرسالة من وقع أي دليل .

- تقديم الأرقام والإحصائيات. ويفسرها الباحث بما تقوم به القنوات الفضائية الرياضية من استعراض لتاريخ المواجهات بين الفريقين المتنافسين وان يقوم بترجيح كفة فريق على أخر بناء على تاريخ المواجهات السابقة بين الفريقين.

- بناء النتائج على مقدمات . ويلاحظ الباحث ذلك بما تقوم به القنوات الفضائية الرياضية من استمالة الجمهور عاطفيا وتحفيزه لمساندة فريقه الذي يصارع على الهبوط ، وتتمثل النتائج بحضور الجمهور إلى الملعب لدعم ومساندة فريقه .

- تفنيد وجهة النظر الأخرى. ويتمثل برأي الباحث من خلال العمل على تفنيد وجهة النظر التي ترى أن المدرب الأجنبي أفضل من المدرب المحلي من خلال النجاح الذي يحققه المدرب المحلي، وبالتالي ترسيخ عقلية التنديد بالمدرب الأجنبي والمطالبة بالمدرب المحلي لدى الجمهور.

3- استمالات التخويف :

تعمل استمالات التخويف على تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقي ، و يشير مصطلح استمالات التخويف إلى النتائج الغير مرغوبة التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي لتوصيات القائم بالاتصال(محمد،kenanaonline.com/users/abdallama/posts/309290)، ويرى الباحث ذلك بما تقوم به القنوات الفضائية الرياضية في تحذير الجمهور من ممارسة إعمال الشغب ، أو من الهتافات العنصرية لما يترتب على هذه الممارسات من غرامات مالية على أنديتهم ، أو حرمانهم من متابعة المباراة المقبلة لفريقهم ، وكذلك تحذير اللاعبين من مضار المنشطات وما لها من نتائج سلبية على صحة اللاعب ، وما قد يناله اللاعب من عقوبات وحرمانات بسببها ويبين الباحث أن هذه الاستمالات يستخدم بها الاستمالات العقلية من حيث لوائح وقوانين للضبط فهي تشكل خطوط حمراء للجماهير كونها أحد أساليب استمالات الخوف .

تؤدي استمالة التخويف إلى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين : (حسن، http://dc189.4shared.com/doc/YqYrReMg/preview.html)

1- شدة الإثارة العاطفية تشكل حافزا لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة .

2- توقعات الفرد بإمكان تجنب الإخطار ، وبالتالي تقليل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة .

ويشير مكاوي والسيد (1998 ،192) إلى أن الاستمالات العقلانية تكون أفضل في بعض الحالات ، في حين تكون الإستمالات العاطفية أفضل في أحوال أخرى ، كذلك تؤدي الرسائل التي تنطوي على استمالات تخويف أحيانا إلى اثار سلبية ، في حين يثير القائم بالاتصال مشاعر الخوف برسائل هجومية قد يشعر المتلقي بكراهية ليس فقط نحو القائم بالاتصال ، وإنما نحو الجماعات والمشروعات والأهداف المقترنة به .

وترى رشتي (1978، 464) أن من الجوانب المهمة في هذا المجال أيضا المقارنة بين الاستمالات الايجابية المعدة لتحقيق نتائج مرغوبة ، والاستعمالات السلبية المعدة لتجنب نتائج غير مرغوبة ، حيث تشير نتائج الدراسات الخاصة بالإعلان إلى أن بعض المنتجات تباع بشكل أفضل حين تستخدم الاستمالات السلبية ، في حين أن بعض المنتجات الأخرى تحقق نتائج أفضل باستخدام الاستمالات الايجابية .

ويذكر إبراهيم وحمد (2010، 76) أن هنالك عدد الاعتبارات التي تؤدي إلى اختيار أسلوب معين لتقديم الرسالة واستخدام نوع معين من الاستمالات بما يتوافق مع طبيعة الموضوع وخصائص جمهور معين من المتلقي وهذه الاعتبارات هي :

1- وضوح الأهداف مقابل استنتاجها ضمنيا

ويلاحظ هنا انه كلما زاد ذكاء المتلقي وتعليمه كان من الأفضل ترك الهدف ضمنيا ، وإذا كان الموضوع مهما للمتلقي ، سوف يكون لديه معلومات كثيرة عنه لذلك يصبح تركه ليستخلص النتائج بمعرفته أكثر فاعلية

2- استخدام الاتجاهات أو الاحتياجات الموجودة لدى الجمهور :

تشير الدراسات إلى أن الرسالة تصبح أكثر فاعلية حينما تجعل الرأي أو السلوك الذي تعرضه يبدو للجمهور انه وسيلة لتحقيق احتياجاته الموجودة فعلا .

3- تأثير راي الأغلبية :

أثبتت الدراسات أن الجماهير تعتنق بعض الآراء لأنها تؤمن ببساطة بأن تلك الآراء تتفق مع رأي الأغلبية أو الرأي الشائع .

ثانيا : نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة الاختلاف في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية ، وتُعَدُّ كثافة علاقة اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام بمثابة مقياس لأهداف الفرد التي يسعى إلى تحقيقها ، وتختلف هذه الكثافة وفقاً لاختلاف أهداف الأفراد واختلاف الجماعات والأنظمة البيئية، والاجتماعية ، والاتصالية والتي يحيا بداخلها الجمهور ، وأيضا نتيجة اختلاف فئات هذا الجمهور واختلاف ثقافته (صادق ،2007، 52)

وتعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أبرز التحولات الهامة في بحوث التأثير ، حيث قام كل من "ميلفين ديفلير" و " ساندرا بول روكيتش" بوضع ملامح محددة لتقديم نظرة شاملة متكاملة لدور وسائل الإعلام وتأثيرها في إطار ما يسمى بالنظريات المتكاملة ، وقد عرفت هذه النظرية باسم " الاعتماد على وسائل الإعلام (ابو إصبع ، 162،2004)

ويرى مؤسسي النظرية ، إن نظرية الاعتماد من النظريات الإعلامية النادرة التي فهمت تأثيرات وسائل الاعلام واستخداماتها ، نظرا لشمولية النظرية ودقتها (مشاقبة ، 2011، 96)

يعد نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام هو جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ، والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام الأخرى في إطار السياق الاجتماعي الكلي ، حيث يمكن أن يعتمد أعضاء الجمهور على وسائل الإعلام بنفس الطريقة في تحديد العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الأخرى (عبد الحميد ، 1997، 232 – 233)

يرى كل من "ديفلير" و" روكيتش" إلى أن علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام، تقوم على ركيزتين أساسيتين هما(ملفين يفلير ، ساندرا بول روكيتش ، 1993، 417 – 420):

الأولى : أن هناك أهدافاً للأفراد يبغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الإعلام المختلفة ، سواءً كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.

الثانية : يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتُعَدُّ وسائل الإعلام نظام معلوماتي يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم ، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات وهي: جمع المعلومات، ثم تنسيق المعلومات وإعدادها وترتيبها، وأخيرًا نشر المعلومات وتوزيعها إلى جمهور غير محدد.

وحيث إنّ الأفراد مثل النظم الاجتماعية يقيمون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام ؛ باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم، فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية :

- الفهم : ويقصد به معرفة الذات من خلال التعلم ، والحصول على خبرات ، والفهم الاجتماعي الذي يساعد في معرفة أشياء عن العالم والبيئة المحيطة ومحاولة تفسيرها (حجاب ، 2010، 303)

- التوجيه : يراد به توجيه السلوك ضمن توقعات وأخلاقيات المجتمع ، من اجل الحصول على توجيهات لسلوكيات معينة ، وكيفية التعامل مع مواقف جديدة (صادق ، 2007، 52)

- التسلية : وتشتمل على التسلية المنعزلة كالاسترخاء ، وجلوس الفرد منعزلا ، والتسلية الاجتماعية كمشاهدة التلفزيون مع الأسرة ،أو الذهاب إلى السينما (ديفلير و روكيتش ،1993، 419)

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحيانًا تأثيرات قوية ومباشرة، وأحيانًا أخرى لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما ، وتعتمد هذه النظرية على إن استخدامنا لوسائل الاعلام لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال ، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاعلام ونتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع ، ويشمل هذا أيضا ما تعلمناه من وسائل الاعلام كما نتأثر كزلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع وسائل الاتصال (عبد الحميد ،1997، 237).

الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام::

ترصد الدراسات العلمية وأدبيات الإعلام مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية، وهي

1- التأثيرات المعرفية : Congntive Effects

وتشمل هذه التأثيرات مجموعة التغيرات في معارف ومعلومات الأفراد، حيث تقوم وسائل الإعلام بعرض الآراء والموضوعات التي تثير الجمهور خاصة في أحوال الاضطرابات والأزمات ، كما تقوم بالتأثير على تحديد أولويات اهتمام الجمهور تجاه

الموضوعات والقضايا البارزة والمشكلات المُلِحَّة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع . كما تقوم –أيضاً- بالتأثير على نظم معتقدات الأفراد وبناء السياق القيمي العام لأفراد الجمهور ، فضلاً عن كشف الغموض الذي يصاحب التغيرات الاجتماعية السريعة ، وأيضاً تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع (إسماعيل ، 2003، 279) .

2- التأثيرات الوجدانية : Affective Effects

تتعلق بالمشاعر والأحاسيس، مثل الفتور العاطفي ،الخوف والقلق ، والحساسية للعنف، وأيضا التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع .

3- التأثيرات السلوكية : Behavioral Effects

وتتمثل في التأثير على السلوك الواضح ، وغالبا ما يكون السلوك نتيجة لحدوث التغيرات المعرفية والوجدانية ، وتنحصر في سلوكيين أساسين وهما : الفعالية أو عدم الفعالية .
.(خورشيد مراد،2011، 150)

ويرى الباحثون أن الترتيب الهرمي التقليدي لمجالات التأثير الذي أورده " هوفلاند " في أوائل الخمسينات من القرن العشرين والذي يشير إلى أن الآثار المعرفية تؤدى إلى ردود أفعال عاطفية وجدانية ، وبالتالي يميل الفرد إلى الإقدام على سلوك معين لا ينطبق إلا في حالة الاهتمام والانتباه الشديدين من قِبَل الجمهور ، أما في مرحلة الاهتمام والانتباه البسيط ، فإن الآثار العرفية تؤدى مباشرة إلى القيام بسلوك ما ، وتأتى الآثار الوجدانية في نهاية السلسلة في محاولة للتقريب بين اتجاهات الفرد وسلوكياته (صادق ، 2007، 56)

المبحث الثاني

الاتجاهات والميول

رغم قدم دراسة الاتجاهات والميول في علم النفس إلا أن العلماء لم يتفقوا على تعريفها وتصور طبيعتها، وقد ظهر ذلك من خلال الدراسات التي تناولت الاتجاهات والميول، فالبعض يرى أن الاتجاه مفهوما نفسيا وتربويا ، والبعض الآخر يرى أن الاتجاه مفهوم اجتماعيا ، ويرى البعض أن الاتجاه مكتسب فهو يتشكل من خلال الخبرات والمواقف والمعلومات التي يتعرض لها الفرد في حياته ، بينما تعرف الميول بأنها استجابة للرغبة في شيء ، أو الاستجابة لعدم الرغبة فيه ، ويمكن من خلال عرضنا لمفهومي الاتجاه والميول معرفة الآراء ووجهات النظر عن هذين المفهومين .

وفي هذا الفصل سيتم عرض مفهوم الاتجاهات ومكوناتها، ومراحل تكوينها ، وعوامل تكوينها ، وأنواعها ، وتصنيفها ، وخصائصها ، وظائفها ، وطرق تغييرها، ودور وسائل الاعلام في تكوينها وتدعيمها ،بالإضافة إلى مفهوم الميول ، وخصائصها ، ومكوناتها، وأنواعها، وأقسامها ، ومصادرها الرئيسية ، وتنميتها ، وتفسيرها ، وقياسها ، وعلاقة الميول بالاتجاهات .

أولا: الاتجاهات

مفهوم الاتجاهات :

إذا أردنا أن نعرف الاتجاه نجد أن هنالك العديد من التعريفات التي استخدمها العلماء في تعريف هذا المفهوم، ولا يوجد تعريف واحد اتفق عليه العلماء في تعريف هذا المفهوم.

ويعود اختلاف العلماء حول تحديد مفهوم إلى أن الاتجاهات لا يمكن ملاحظتها باسلوب مباشر ولكن يمكن استنتاجها من خلال مجموعة الاستجابات العاطفية والتصرفات الظاهرة من الفرد أثناء مواجهته لموقف أو حدث معين (السيسى ، 2002، 165)

عرض (روكيش ROKEAGH) مفهوم الاتجاه من خلال المكون المعرفي على انه " تنظيم من المعتقدات له طابع الثبات النسبي حول موضوع أو موقف معين ، ويؤدي بصاحبه إلى الاستجابة بشكل تفضيلي " (خليفة ، 2000، 24) .

في حين يرى (بروفولد BRUVOLD) الاتجاه في ضوء المكون الوجداني واعتبره " رد فعل وجداني ، ايجابي او سلبي ، نحو موضوع مادي ،أو مجرد ، أو نحو قضية مثيرة للجدل (درويش ،1999، 90).

وعرف (هاري أبشو H.Apshaw) الاتجاه بأنه " المواقف التي يتخذها الأفراد في مواجهة القضايا والمسائل والأمور المحيطة بهم ، بحيث يمكن الاستدلال على هذه المواقف من خلال النظر إلى الاتجاه باعتباره يتكون من ثلاث أجزاء : الأول ويغلب عليه الطابع المعرفي ، ويشير إلى المعلومات التي يملكها الفرد والمتعلقة بهذه القضايا أو المسائل ، الثاني سلوكي ويتمثل في الأفعال التي يقوم بها الفرد أو يعمل على الدفاع عنها أو تسهيلها فيما يتصل بمثل هذه القضايا، والثالث الانفعالي ويعبر عن تقويمات لكل ما يتصل بهذه القضايا . (دويدار ، 1992، 58)

وتعرف الاتجاهات بأنها " مشاعر الفرد تجاه الأشياء، أو الأشخاص الأخرين أو الحوادث أو الأنشطة " (جادو،2002، 190) ، ويرى بالدوين Baldwin بان الاتجاه "الاستعداد للقيام بعمل ما "، ويعرفه بوجاردوس Bougardous بأنه " النزعة للتصرف سواء إيجابا أو سلبا لوضع ما في البيئة التي تحدد قيما ايجابية أو سلبية لهذا التصرف " .(أحمد، 2008، 163)

ويرى الزق (2009،273) بان الاتجاه "اعتقاد أو شعور يهيئ الفرد بطريقة معينة للأشياء(الأفراد والأحداث) ".

ويعرف الاتجاه بأنه " عاطفة إلا انه أقل منها في الحدة الانفعالية ، ويعني ذلك اختلاف الأفراد في اتجاهاتهم تبعا لاختلاف الخبرات والمواقف التي يتعرضون لها ، والعلاقات التي يتفاعلون في إطارها ". (يونس ، 2001، 277)

ووضع (البورت Allportg) تعريفا للاتجاه بأنه " حالة استعداد عقلية ونفسية وعصبية تتكون لدى الفرد من خلال الخبرة والتجربة التي يمر بها وتوثر هذه الحالة تأثيرا ملحوظا على استجابات الفرد أو سلوكه إزاء جميع المواقف والأشياء التي تتعلق بهذه الحالة " . (صالح وآخرون، 1990، 259)

ويشبه الباحثون في علم الاجتماع مفهوم الاتجاه بخط مستقيم يمتد بين نقطتين احداهما تمثل أقصى القبول للموضوع الذي يرتبط بالاتجاه والأخرى تمثل أقصى الرفض لهذا الموضوع ، والمسافة القائمة بينهما تنقسم إلى نصفين عند نقطة الحياد التام ، ويتدرج احد النصفين شيئا فشيئا

نحو ازدياد القبول كلما ابتعدنا عن نقطة الحياد ، ويتدرج النصف الثاني نحو ازدياد الرفض .(أبو حويج ، 2006، 191)

وعرف (كيلفورد Guilford) الاتجاه بأنه " استعداد خاص عام يكتسبه الأشخاص بدرجات متفاوتة ليستجيبوا للمواقف التي تعترضهم بأساليب معينة قد تكون مؤيدة أو معارضة لتلك المواقف".(الداهري و الكبيسي ،1999 ، 121)

والاتجاه هو استعداد لدى الفرد للاستجابة لموضوع أو شخص أو موقف معين وتتضمن هذه الاستجابة رد فعل بشكل ايجابي أو سلبي ويحدث نتيجة للخبرة (السامرائي و اميمن ، 2006 ، 155)

ويرى حمزه (1979، 117) أن الاتجاه ميل عام مكتسب ، نسبي في ثبوته ، عاطفي في أعماقه، يؤثر في الدوافع النوعية ، ويوجه سلوك الفرد .

والاتجاه حالة ذهنية تجعل الفرد يتصرف بصورة معينة في المواقف تجاه الأحداث والأشخاص والقضايا المختلفة. (منسي ، 1987، 45)

وكذلك يعرف دوب (Doeb) الاتجاه بأنه استجابة مضمرة أو ضمنية محفزة ، لها دلالة وأهمية اجتماعية في المجتمع الذي يعيش فيه الفرد .(الموسى ، 1988 ، 265)

ويعرف الاتجاه بأنه مفهوم يعبر عن التنظيمات السلوكية التي تعبر بدورها عن علاقة الانسان بجزء معين من بيئته الخارجية أو الموضوعات الاجتماعية ، ويعبر عن ذلك لفظا وعملا بالقبول التام أو الرفض التام أو على أي نقطة في البعد المستمر بين نقطتين تمثلان الموافقة التامة أو، الرفض التام . (خليفة ،2003 ، 167)

اتفق على تعريف الاتجاه بأنه استعداد أو تهيؤ عقلي يتكون عند الشخص نتيجة العوامل المؤثرة في خبراته، يجعله يقف موقفاً معيناً نحو بعض الأفكار أو الأشخاص أو الأشياء التي تختلف فيها وجهات النظر بحسب قيمتها الخلقية أو الاجتماعية ، واستنتاجاً من هذا المعنى للاتجاه، لا بد من أن يكون هناك محور للاتجاه العقلي، وان يكون هذا المحور يتحمل الاختلافات في الراي بين الموافقة أو المخالفة أو القبول أو الرفض ، ومن أمثلة ذلك الاتجاه النفسي للجمهور نحو الديمقراطية أو الأفكار الدينية أو نحو طائفة معينة. (بركات، 1976، 137)

إذن الاتجاهات تمثل شعور الفرد وسلوكه حيال المواقف والأحداث الاجتماعية التي تسود الجماعة ، كما يرى الباحثون في سيكولوجية الشخصية أن الشخصية ما هي إلا مجموعة الاتجاهات النفسية التي تتكون عند الشخص فتؤثر في عاداته وميوله وعواطفه وأساليب سلوكه، وانه على قدر توافق هذه الاتجاهات النفسية وانسجامها تكون قوة الشخصية، وعلى قدر فهمنا لاتجاهات الفرد يكون فهمنا لحقيقة شخصيته . (عيسوي، 1983، 83)

وانطلاقا مما تقدم نصل إلى حقيقة مفادها أن عمليات الإدراك والتفكير والتذكير تعد المحاور الرئيسية للتنظيم المعرفي في الفرد وترتبط هذه العمليات الثلاث وتتفاعل بعضها مع البعض، بحيث يصبح من العسير أن تتصور سلوكا يتم في غياب إحداها. (بركات، 19الاتجاهات:عرفه الباحث بأنه محصلة استجابات الفرد نحو موضوع معين ، وذلك من حيث تأييد الفرد لهذا الموضوع، أو معارضته له، يشتمل على ثلاث مكونات المعرفية والانفعالية والسلوكية التي تتصل باستجابة الفرد نحو موضوع أو موقف أو شخص ما من حيث القبول أو الرفض لموضوع الاتجاه.

أهمية الاتجاهات :

تحتل دراسة الاتجاهات مكانا بارزا في الكثير من الدراسات النفسية وفي كثير من المجالات التطبيقية وغيرها من مختلف ميادين الحياة ، وذلك لان جوهر العمل في هذه المجالات هو دعم الاتجاهات الميسرة لتحقيق أهداف العمل فيها وإزالة الحواجز المعيقة للاتجاهات ، بل أن العلاج النفسي في أحد معانيه ، هو محاولة لتغيير اتجاهات الفرد نحو ذاته ،أو نحو الأخرين ،أو نحو عمله. (أبو جادو،2002، 192)

وتحد تراكم الاتجاهات في ذهن الفرد وزيادة اعتماده عليها من حريته في التصرف وتصبح أنماط سلوكه روتينية متكررة ويسهل التنبؤ بها ، ومن ناحية أخرى فهي تجعل الانتظام في السلوك والاستقرار في أساليب التصرف أمرا ممكنا وميسرا للحياة الاجتماعية (بلقيس، مرعي،1982 ، 422)

ويرى الباحث أن الاتجاهات تضفي عموما على حياة الفرد اليومية معنى و ودلاله، عندما يتفق سلوكه مع اتجاهاته ويشبع هذا السلوك تلك الاتجاهات .

مكونات الاتجاهات

يتكون الاتجاه عند الفرد وينمو من خلال تفاعله مع البيئة بعناصرها ومقوماتها المختلفة ، فالطفل يكتسب اتجاهاته في البداية من خلال الأسرة التي ينشأ فيها (صالح وآخرون ، 1990، 260) ويرى المختصون بعلم النفس الاجتماعي أن الاتجاه يتكون من العناصر المعرفية و الانفعالية أو الوجدانية، والمكون السلوكي وفيما يلي عرض لهذه المكونات :

1- **المكون المعرفي :** ويضم المفاهيم والمعتقدات والتوقعات عن موضوع الاتجاه ،وتعتبر كل من المفاهيم والمعتقدات والتوقعات الأساس المعرفي لتكوين الاتجاه عند الفرد بصرف النظر عن كونه اتجاها ايجابيا أم سلبيا (صالح، 1990 ،260)

ويشير المكون المعرفي إلى المعتقدات والانطباعات والمعلومات التي يمتلكها شخص ما عن موضوع الاتجاه، ومن أمثلة ذلك الاعتقاد أن المرأة أكثر انفعالية من الرجل، وان الذين يحصلون على مساعدة هم الناس الكسالى (ارنوف وتينج، 1977، 325)

ويعد المكون المعرفي المرحلة الأولى في تكوين الاتجاه، ويكتسب عن طريق البيئة المحيطة بالفرد ودرجة ثقافته وقدر تعليمة. (احمد، 2008، 165)

ويتضمن المكون المعرفي الأفكار التي طورها الفرد بخصوص الشيء الذي كون اتجاه نحوه. (الزق ، 2009، 274)

وتتوقف الاتجاهات من حيث قوتها أو ضعفها على المكون المعرفي ، فكلما كانت المعلومات والأفكار واضحة وثابتة كان الاتجاه ثابتا وقويا والعكس صحيح .(السامرئي ، اميمن ،2006 ،160) ، ولن يكون للفرد أية اتجاهات حيال أي موضوع ، إلا إذا كانت عنده أولا وقبل كل شيء معرفة عنه ، وليست بالضرورة معرفة كاملة. (أبو جادو،2002، 195)

2- **المكون الوجداني**

يتضمن هذا المكون المشاعر الايجابية أو السلبية نحو الشيء، أي كيفية الشعور نحوه (حبيب،2010 ،98) وتتميز هذه المرحلة بميل الفرد نحو شيء معين ، وتستند إلى خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر والأحاسيس الذاتية (الغرباوي ،2007، 11)

وتتمثل المشاعر الايجابية بالاحترام والمحبة والتعاطف ، وتشير المشاعر السلبية إلى الخوف والكره والاشمئزاز ويعد هذا المكون هو السائد بين بقية مكونات الاتجاه (ارنوف ،تينج، 1977،326)

3- المكون السلوكي (النزوعي)

يشتمل على جميع الاستعدادات السلوكية المرتبطة بالاتجاه، فلو أن فردا ما لديه اتجاه موجب نحو شيء معين فانه يسعى جاهدا إلى مساندته والتمسك به والدفاع عنه، وبالمثل لو كان لديه اتجاه سالب.(منسي، 48،1987)

ومن الترتيب المنطقي أن الفرد يأتي بسلوك معين تعبيرا عن إدراكه لشيء ما ومعرفته ومعلوماته عن هذا الشيء وعاطفته وانفعاله نحو هذا الشيء ، ولذلك فان المكون السلوكي للاتجاه هو نهاية المطاف ، فعندما تتكامل جوانب الإدراك وإبعاده يكون الفرد بناء على ذلك رصيد من الخبرة والمعرفة التي تساعد في تكوين العاطفة والانفعال يقوم الفرد بالسلوك أو تقديم الاستجابة التي تتناسب مع هذا الانفعال ، وهذه الخبرة وهذا الإدراك . (كامل ، 2001، 72)

ويرى الباحث بأنهالاتجاهات:ي يحتوي على مجموعة من الأنماط والاستعدادات السلوكية التي تتوافق مع المخزون المعرفي ، والمشاعر والانفعالات إيجابًا أو سلبًا ، تدفع الفرد لأن يقوم بسلوك ايجابي عندما يمتلك اتجاهات ايجابية نحو بعض المواضيع ، كما تدفعه إلى أن يقوم بسلوك سلبي إذا كان يحمل اتجاهات سلبية نحو موضوع ما .

مراحل تكوين الاتجاهات :

يمر الاتجاه في تكوينه بالمراحل الآتية :

1- المرحلة الإدراكية المعرفية :

ويكون الاتجاه في هذه المرحلة ظاهرة إدراكية أو معرفية تتضمن تعرف الفرد على طبيعة المجتمع الذي يعيش فيه ، وحول نوع محدد من الجماعات كالأسرة ، وحول بعض القيم الاجتماعية، ويدرك الفرد فيها مثيرات البيئة ، ويتصرف بموجبها فيكتسب خبرات ومعلومات تكون بمثابة إطار مرجعي .(الملا ،2012، 65) .

2- مرحلة نمو الميل نحو شيء معين (المرحلة التقييمية) :

يقوم فيها الفرد بتقييم حصيلة تفاعله مع المثيرات والعناصر ، ويستند في عملية التقييم إلى الإطار الإدراكي المعرفي بما فيه من متغيرات موضوعية ، مثل خصائص الأشياء ومقوماتها ، وهي جميعا تعتمد على ذاتية الفرد وأحاسيسه ومشاعره وتعرف هذه المرحلة بالمرحلة التقييمية ،وتتميز بميل الفرد نحو شيء معين ، مثلا إن أي طعام قد يرضي الجائع ، ولكن الفرد يميل إلى بعض أصناف خاصة من الطعام ، وبمعنى أدق أن هذه المرحلة من نشوء الاتجاه تستند إلى خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر والأحاسيس الذاتية (أبو حويج،2006 ،192)

3- مرحلة الثبوت والاستقرار (المرحلة التقريرية) :

إن الثبوت والميل على اختلاف أنواعه ودرجاته يستقر ويثبت على شيء ما عندما يتطور إلى اتجاه نفسي فالثبوت هو المرحلة الأخيرة من مراحل تكوين الاتجاه ، وتعرف هذه المرحلة بالمرحلة التقريرية ، وهي مرحلة التقرير وإصدار الحكم بالنسبة للفرد مع عنصر من عناصر البيئة ، فإذا كان الحكم موجبا كان الاتجاه موجبا والعكس صحيح .
(الغرباوي ،2007 ،11)

عوامل تكوين الاتجاهات :

ابرز العوامل التي تؤثر في تكوين الاتجاهات :

1- العوامل الحضارية :

وهي كثيرة ومتنوعة ومن أمثلتها المسجد والمدرسة والمنطقة التي يعيش فيها الفرد، ولا يخفى بان هذه العوامل والمؤثرات لا تدعو إلى نفس الاتجاه، مما يحتم على الفرد التحيز نحو واحد منها.(أبو جادو،2002 ،196)

2- الأسرة:

للأسرة تأثير كبير في تكوين اتجاهات الفرد لأنه يمتصها دون إدراك لهذا الامتصاص ، وهذه الاتجاهات تبقي أثارها في شخصية الفرد وفي توجيه سلوكه حتى في الكبر وتؤكد مدرسة التحليل النفسي أن اتجاهاتنا تعلمناها في محيط الأسرة عن طريق التقليد والتعلم .(يونس،280،2001)

3- ما يتعرض له الفرد من حقائق ومعلومات :

تنمو الاتجاهات وتتشكل تلبية للحاجات ، وتبعا لما يتعرض له الفرد من حقائق ومعلومات ، فقد يكون لدى الطلاب معلومات قليلة عن الحرب الكيميائية لذلك فانه لا يكون لديهم اتجاهات نحو تلك الحرب ، أما إذا نشرت إحدى الصحف سلسلة من المقالات عن هذه الحرب ، وعرفت الناس بالآثار التدميرية لهذه الحرب ، فقد ينمو لديهم اتجاه سلبي قوي ضد الحرب الكيميائية ، وقد ينمو اتجاه قوي نحو نزع السلاح والتحكم في تلك الأسلحة.(حبيب ،2010، 104)

4- شخصية الفرد :

تلعب سمات شخصية الفرد دورا هاما في تكوين اتجاهاته وتنميتها ، فالإنسان يرفض الاتجاهات التي تتعارض مع سمات شخصيته ، ويميل إلى تقبل الاتجاهات التي تتفق مع سمات شخصيته ويدعم وجودها باستمرار ، كما أن الإطار المرجعي للفرد يمثل جوهر شخصيته ومفتاحها ، حيث ينعكس بصورة مباشرة على نمط تفكيره وأسلوب معالجته للأمور ، ويكون بمثابة الأساس الذي يبني عليه اتجاهه النفسي إيجابا أو سلبا (المحاميد ،2003، 205)

5- تأثير التعلم :

ذلك لان التعلم يزود الفرد بمعلومات تساعد على نمو الاتجاهات، فكلما طالت فترة التعليم بدأت اتجاهات الفرد بالتحرر من نمط التقليد والتوارث في العادات. (السامرئي ، اميمن 2006، 165)

6- الخبرات الطويلة والتفاعل مع البيئة :

تنتمي الاتجاهات إلى الدوافع المكتسبة من البيئة المحيطة بالإنسان ، حيث يكتسب سلوكه نتيجة للخبرات السابقة وأنواع التعلم ، والتنشئة الاجتماعية لها دور كبير في تكوين الاتجاهات، ففي حالة تفاعله مع خبرات سارة فذلك يؤدي إلى تكوين اتجاهات ايجابية ، والعكس صحيح ، فالأفراد يكتسبون المعلومات والأفكار ويتقبلون الآراء والأنماط المختلفة من السلوك من خلال تفاعلهم مع الآخرين الذين يمثلون نوعا خاصا من العلاقات وان استمرار هذه العملية يؤدي بدوره إلى تكوين اتجاهات نحو الأفراد تتسم بالايجابية أو السلبية للمواقف تبعا للمواقف التي تكونت عندهم. (السامرئي ، اميمن 2006، 158)

7- الإيحاء:

يعتبر الإيحاء من أكثر العوامل شيوعا في تكوين الاتجاهات ، فكثيرا ما يقبل الفرد اتجاها ما دون أن يكون له اتصال مباشر بالموضوعات المتصلة بهذا الاتجاه ، ويلعب الإيحاء دورا هاما في تكوين هذا النوع من الاتجاهات ، فهو أحد الوسائل التي يكتسب بها المعايير السائدة في المجتمع دينية كانت ، أو اجتماعية ، أو أخلاقية ، فإذا كانت النزعة في بلد ما ديمقراطية فان الإفراد فيه يعتنقون هذا المبدأ (الغرباوي،2007، 11)

أنواع الاتجاهات

تصنف الاتجاهات وفق عدة أسس على النحو التالي :

1- على أساس الأفراد :

اتجاهات جماعية و فردية :

الاتجاهات الجماعية هي الاتجاهات المشتركة بين عدد كبير من الناس كإعجاب الناس بالأبطال، أما الاتجاهات الفردية فهي تلك التي تميز فردا عن آخر كإعجاب الفرد بصديق له. (حمزة ، 1979، 122)

2- على أساس الوضوح :

اتجاهات علنية و سرية :

الاتجاهات العلنية هي التي لا يجد الفرد حرجا من إعلانها والتحدث عنها إمام الناس ، وترتبط بما يؤمن به الفرد ويتبناه من القيم السائدة في المجتمع ، ويكون مقبولا من عامة الناس ، ولا يتعرض الفرد من خلال إعلانه إلى أية ضغوطات تسبب له الضرر والحرج ، أما الاتجاهات السرية فهي التي يشعر الفرد بالحرج والضيق من إعلانها ويحاول أن يخفيها عن الناس ويحتفظ بها لنفسه. (المحامد ،2003، 208)

3- على أساس القوة :

اتجاهات قوية وضعيفة :

الاتجاه القوي هو الاتجاه الذي يتضح بالسلوك القوي الفعلي الذي يعبر عن العزم والتصميم، والاتجاه القوي أكثر ثباتا واستمرارا ويصعب تغييره نسبيا ، أما الاتجاه الضعيف فهو الذي يكمن

وراء السلوك المتراخي ، والاتجاه الضعيف سهل التغيير والتعديل فمن السهل أن يتخلى الفرد عنها نظرا لضعف شدتها (الملا ، 2012، 62)

4- على أساس الموضوع :

الاتجاه العام والخاص :

الاتجاه العام هو الذي ينصب على الموضوع كله بغض النظر عن كونه موجبا أو سالبا، كما يؤثر على سلوك الفرد ككل ، ويتميز بالثبات والاستقرار بصورة اكبر من الاتجاه الخاص ، أما الاتجاه الخاص فهو ينصب على جزء من تفاصيل الموضوع دون غيره. (صالح وآخرون، 1999، 262)

5- على أساس الهدف :

اتجاهات موجبة وسالبة :

الاتجاه الموجب هو الاتجاه الذي ينحو بالفرد نحو شيء ما أي ايجابي ، أما الاتجاه السلبي هو الاتجاه الذي يجنح بالفرد بعيدا عن شيء آخر كالإدمان مثلا . (الغرباوي ،2007، 13)

تصنيف الاتجاهات :

تصنف الاتجاهات إلى عدة تصنيفات ومن هذه التصنيفات (الختاتنة ، و النوايسة 2011،148):

- التصنيف الأول: يقترن الاتجاه الموجب بالحب والمودة، والاتجاه السالب بالنفور والكراهية والاتجاه المحايد بين هذين القطبين.
- التصنيف الثاني : أن يكون الاتجاه معتدلا باتجاه الموجب ، أو السالب ويمكن أن يكون قويا، أو انفعاليا وعاطفيا.
- التصنيف الثالث: يكون الاتجاه في هذا التصنيف ككره شخص من الأشخاص أو ككره الناس جميعا.

يلخص الموسى (1988 ،273) محددات تكوين الاتجاهات في عاملين : محددات نفسية، وثقافية ، وفسر المحددات النفسية بأنها العوامل التي تلعب دورا في تكوين الاتجاه مثل : الانفعال، الحاجة، التفكير ،السيطرة، الخضوع، ويرى أن المحددات النفسية تتأثر

بالمعايير الثقافية مثل القوانين الاجتماعية والتعليم ،كما أن قوتها غالبا ما تكون ايجابية ومؤثره .

خصائص الاتجاهات :

يتميز الاتجاه النفسي عن غيره من المتغيرات أو الظواهر النفسية الأخرى بعدد من الخصائص ومن ابرز هذه الخصائص:

- الاتجاهات مكتسبة ومتعلمة وليست فطرية ، وتكتسب من خلال الخبرات وخاصة تلك الناتجة عن التفاعل مع الأشياء والأشخاص .
- الاتجاهات عادة ما تكون تقييميه ، بمعنى أنها أدوات نحكم من خلالها على الأشياء بطريقة ايجابية أو سلبية وبدرجات متفاوتة. (الزق ،2009، 274)
- يعمل الاتجاه كدافع فهو يدفع الفرد نحو موضوعات ومواقف يتم التعبير عنها قولا أو عملا .
- تميل الاتجاهات إلى أن تكون ثابتة نسبيا ، بمعنى أنها لا تتغير بسرعة (الهادي ،186، 2011)
- لا تتكون الاتجاهات من فراغ ولكنها تتضمن دائما علاقة بين فرد وموضوع من موضوعات البيئة قد يكون الاتجاه سلبيا أو ايجابيا أو محايدا ، وقد يكون قويا أو ضعيفا نحو شيء أو موضوع معين .
- يتأثر الاتجاه بخبرة المرء ويؤثر فيها ، وهو نتاج الخبرة وعامل توجيه فيها ، قابل للتغيير والتطور تحت ظروف معينة .(ملحم ، 2006، 131)
- تتعد الاتجاهات وتختلف حسب المثيرات المرتبطة بها .
- تتفاوت الاتجاهات في وضوحها وجلائها ، فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما هو غامض .
- تغلب على الاتجاه الذاتية أكثر من الموضوعية من حيث محتواه ومضمونه المعرفي. (همام ،1984، 76)

وظائف الاتجاهات :

تلعب الاتجاهات دورا هاما في تحديد سلوكنا ، وتؤثر على سرعة وكفاءة تعلمنا ، وتساعدنا في تحديد الجماعات التي نرتبط بها ، وللاتجاهات العديد من الوظائف نذكر منها :

- تنظم الاتجاهات العمليات الدافعية والانفعالية والإدراكية والمعرفية حول بعض النواحي الموجودة في المجال الذي يعيش فيه الفرد .
- تبلور الاتجاهات وتوضح العلاقة بين الفرد وعالمه الاجتماعي .
- تحدد الاتجاهات استجابات الفرد للأشخاص والأشياء والموضوعات بطريقة تكاد تكون ثابتة .(منسي ،1987، 51)
- تنعكس الاتجاهات في سلوك الفرد وفي أقواله وفي أفعاله وتفاعله مع الآخرين في الجماعات المختلفة .
- الاتجاهات المعلنة تعبر عن انصياع الفرد لما يسود مجتمعه من معايير وقيم ومعتقدات .
- الاتجاهات تحمل الفرد على أن يحس ويدرك ويفكر بطريقة محددة إزاء موضوعات البيئة الخارجية . (حمزة ،1979، 124)
- الرغبة في التأقلم ، حيث تساعد الاتجاهات على التأقلم والتكيف مع البيئة التي يعيش فيها الفرد وذلك عن طريق قبوله للاتجاهات الموجودة في تلك البيئة . (السيسي،2002، 177)

ويلخص الغرباوي (2007 ،14) وظيفة الاتجاهات فيما يلي :

- تضفي على إدراك الفرد ونشاطه اليومي معنى ودلالة ومغزى.
- تكسب شخصية الفرد دوام اتصالها بمؤثراتها البيئية .
- تساعد الفرد في محاولاته لتحقيق أهدافه .
- مصدر للمعرفة ، فهي تمكن الفرد من فهم العالم المحيط به لأنها تمده بإطار مرجعي يضفي معنى على الأحداث اليومية ، وتجعله قادرا على توقعها وبالتالي يشعر بأنه أكثر كفاءة عند التعامل معها .

ويذكر الهادي (2011، 188) تصنيف آخر لوظائف الاتجاهات وهي كما يلي :

وظيفة منفعية :

تحقق الاتجاهات الكثير من أهداف الفرد ، وتزوده بالقدرة على التكيف مع المواقف المتعددة التي يواجهها ، فاعلان الفرد عن اتجاهاته يظهر مدى تقبله لمعايير الجماعة وقيمها، كما يظهر ولاءه لها ، لذا تعتبر الاتجاهات موجهات سلوكية تمكنه من تحقيق وإشباع أهدافه دوافعه .

وظيفة دفاعية :

تشير الدلائل إلى أن اتجاهات الفرد ترتبط بحاجاته ودوافعه الشخصية أكثر من ارتباطها بالخصائص الموضوعية ، لذلك قد يلجأ الفرد أحياناً إلى تكوين اتجاهات معينة لتبرير بعض صراعاته الداخلية أو فشله حيال أوضاع معينة،للاحتفاظ بكرامته وثقته بنفسه أي أنه يستخدم هذه الاتجاهات للدفاع عن ذاته . (قدور ،2006، 24)

وظيفة تنظيمية :

تتجمع الاتجاهات والخبرات المتعددة والمتنوعة في الفرد ، في كل منتظم مما يؤدي إلى اتساق سلوكه ، وثباته نسبيا في المواقف المختلفة ،بحيث يسلك تجاهها على نحو ثابت مطرد ،فيتجنب الضياع والتشتت في متاهات الخبرات ،ويعود الفضل في هذا الانتظام إلى ما يحمله من اتجاهات مكتسبة ، فاتجاهات الفرد تكسبه المعايير والإطار المرجعية لتنظيم معلوماته بشكل يعينه على فهم العالم من حوله . (ابوجادو،2002، 193)

وظيفة تعبيرية :

توفر الاتجاهات للفرد فرص التعبير عن الذات، وتحديد هوية معينة في الحياة المجتمعية وتسمح له بالاستجابة للمثيرات البيئية على نحو نشط وفعال، الأمر الذي يضفي على حياته معنى هام، ويجنبه حالة الانعزال (نشواتي ، 475،2003)

طرق تغيير الاتجاهات :

يرى الغرباوي (2007 ،26) أن الاتجاهات النفسية يتم اكتسابها وتكوينها عن طريق عمليات التعلم،وأنها تتسم بالاستقرار والدوام النسبي ، لكن لا يعني استحالة تغييرها أو تعديلها إذ يمكن أن تغيير الكثير من اتجاهات الأفراد نحو الموضوعات المختلفة ، من خلال برامج تستهدف تغييرات في الاتجاه النفسي للفرد .

ويذكر(صالح وآخرون ،1990، 226) أن عملية تغيير الاتجاهات ليست عملية سهله ويرجع السبب في ذلك إلى أن الاتجاهات إذا ما تكونت فإنها تميل إلى أن تثبت ،وتبدي

مقاومة للتغيير ، لكن ليس معنى ذلك أن عملية تغيير الاتجاهات أمر مستحيل لأنه من الممكن أن تعدل الاتجاهات وتتغير.

ويذهب عوض و دمنهوري (1996، 38) إلى أن الاتجاهات حينما تدعم تصبح من المكونات الأساسية للشخصية ، لذا يصعب تغييرها أو تعديلها خاصة تلك الاتجاهات التي تتميز بالقوة والتي ترتبط بغيرها من الاتجاهات ، وتلك التي نشأت في مراحل مبكرة من حيات الفرد ،وان كان من الممكن تعديل الجوانب المعرفية في الاتجاهات ، إلا أن تعديل الجوانب الوجدانية والنزوعية منها أمر صعب جدا.

ويرى لامبرت (1993، 137) أن الاتجاهات لا تتغير أو تستبدل بنفس السهولة التي تتعلم بها حيث يصبح الاتجاه بعد نشأته جانبا مندمجا في شخصية الفرد ويؤثر على أسلوبه السلوكي ككل وتغيير اتجاه واحد ليس سهلا لأنه يصبح جزءا من شبكه تضفي النظام على شخصية الفرد ، وغالبا ما تنجح المحاولات جيدة التخطيط لتعديل الاتجاه في تغيير الفكرة المعتقدة، دون تعديل المشاعر ونزوعات ردود الفعل بحيث قد يعود الاتجاه بسهوله مع مرور الوقت إلى وضعه السابق .

وهناك طرق مختلفة يمكن من خلالها إحداث التغيير في الاتجاهات منها :

1- تغيير الإطار المرجعي : يشمل الإطار المرجعي على كل معايير الفرد وقيمة ، فإذا ما أريد للفرد أن يغير اتجاه فان الحاجة تصبح ملحة للعمل على تغيير إطاره المرجعي ، أي العمل على تغيير قيمة ومعاييره (الختاتنة ، النوايسة ،2001 ، 156)

2- تغيير الجماعة المرجعية : للجماعة التي ينتمي إليها الفرد أثر بارز في تحديد اتجاهاته ، ومن الطبيعي أن تتغير اتجاهات الفرد بتغير انتمائه من جماعة إلى أخرى، أو بانتقاله من مجموعة لعب إلى مجموعة ثانية ، وتتأثر اتجاهات الفرد نحو ذاته باتجاهات جماعته نحوه فإذا كانوا ينظرون له نظره سلبية فسيؤدي ذلك إلى أن ينظر الفرد إلى نفسه نظرة سلبية والعكس صحيح (بلقيس، مرعي ،1982 ، 436)

3- تغيير أوضاع الفرد : يمر الفرد في حياته بأوضاع متعددة مختلفة ، وكثيرا ما تعدل أو تتغير اتجاهاته نتيجة لاختلاف أوضاعه ، بحيث يصبح أكثر تلاؤما واتساقا مع الأوضاع الجديدة .

4- التغيير القسري في السلوك : قد يضطر الفرد أحيانا إلى تغيير اتجاهاته نتيجة لتغير بعض الظروف أو الشروط الحياتية التي تطرأ عليه كظروف الوظيفة أو السكن (أبو جادو ،2002، 201)

5- الاتصال المباشر بموضوع الاتجاه : يحدث تغيير في موضوع الاتجاه لدى الفرد عندما يتصل اتصالا مباشرا بموضوع الاتجاه ، إذ أن ذلك سيتيح له التعرف على جوانب عديدة ، مما يؤدي إلى تغيير اتجاه الفرد نحوه .

6- وسائل الإعلام : لوسائل الاعلام المختلفة أثرا كبيرا في تغيير اتجاهات الفرد ، لما لها من تأثير وسرعة وصول إلى الأفراد، فهي تقوم بتقديم المعلومات والأخبار بالصوت والصورة مما يجعل الأفراد على اتصال مباشر بهذه المصادر ، وهذا بدوره يساعد على تغيير الاتجاهات سلبا أو إيجابا .(المحاميد ، 2003، 213)

7- طريقة لعب الأدوار : ويطلب من الأفراد المراد تغيير اتجاهاتهم نحو موضوع ما،أن يلعبوا دورا يخالف اتجاهاتهم ، كان يطلب من المدخنين أن يلعبوا دور غير المدخن، ويقوموا بتقديم رسالة اقناعية للمدخنين لحثهم على ترك التدخين (عوض،36،2001)

8- طريقة سحب القدم : تتلخص في إقناع صاحب اتجاه معين ، أن يقدم خدمة بسيطة تخالف مواقفه واتجاهاته ، فيقدمه المرء متنازلا بقدر بسيط عن مواقفه والتزاماته ، وهذا التنازل يؤدي إلى تحطيم دفاعات صاحب الاتجاه ، ويصبح أكثر استعدادا لتقديم تنازلات أخرى ، يقترب فيها من اكتساب اتجاهات جديدة يغير فيها من اتجاهاته السابقة (عوض ، دمنهري ، 40،1996)

يذكر عيد (2000، 114) أن الاتجاه القوي يكون من الصعب تغييره ، كما أن ارتفاع قيمة الاتجاه بالنسبة للفرد يعمل على استقرار الاتجاه في شخصية الفرد وبالتالي صعوبة التغيير ، كما أن الصلابة في الراي عامل مؤثر في مقاومة تغيير الاتجاه .

ويرى همام أن هنالك مجموعة من العوامل تسهل تغيير الاتجاهات (1984، 99) وهي:

- ضعف الاتجاه وعدم رسوخه .
- وجود اتجاهات متوازية أو متساوية في قوتها بحيث يمكن ترجيح أحدها على الباقي.
- عدم تبلور ووضوح اتجاه الفرد أساساً نحو موضوع الاتجاه .
- وجود خبرات مباشرة تتصل بموضوع الاتجاه الجديد .

دور وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات :

تقوم وسائل الإعلام بدور هام في توجيه أفراد المجتمع وتكوين اتجاهاتهم بشكل مباشر وغير مباشر على السواء ،إذ أن لها دور هام في تكوين الرأي العام (أبو إصبع، 210،2004)، وتتولى وسائل الإعلام في هذا المجال القيام بتعديل المواقف والاتجاهات القديمة وأحيانا إبدالها بمواقف جديدة ، أو إكساب الجماهير اتجاهات ومواقف جديدة ، أو تثبيت المواقف القديمة ، وفي الحالتين يجب الأخذ بعين الاعتبار أمرين مهمين أولهما : وسائل الإعلام نفسها والمادة الإعلامية التي تتوجه بها إلى الجمهور ، وثانيهما : أفراد الجمهور أصحاب المواقف والاتجاهات ومدى جمود تلك المواقف والاتجاهات .(العقاد ، 218،2000)

بالنسبة للأمر الأول فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى ازداد تأثيرها، فلا يعقل مثلا أن تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى ، ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق ، وعلم الكلام ، كما أن تقدم المادة الإعلامية في ظروف ملائمة نفسيا و اجتماعيا وحتى اقتصاديا ، أمر مهم يكمل لغة المادة الإعلامية و محتواها ، أن الذين يتولون التوجيه عبر وسائل الإعلام عليهم فهم الجمهور الذي يتوجهون إليه ، ومعرفته معرفة عميقة : اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا ،وبالتالي وضع المادة الإعلامية بناء لتلك المعرفة .(نصار ، 106،2004)

أما الأمر الثاني فهو يتعلق باتجاهات الجمهور نفسه ومواقفه ، فإذا كان الجمهور في مرحلة بناء تلك الاتجاهات والمواقف ، فالأمر سهل : وهذه حالة الأطفال والأولاد في سن معينة إلى جانب اهمية سن الشباب، أما إذا كان افراد الجمهور أصحاب مواقف واتجاهات ، وكانت تلك الاتجاهات مرنة فان تأثير وسائل الإعلام يكون أسهل وأكثر جدوى . أما إذا كانت الاتجاهات و الموقف صلبة فمعنى ذلك أن على وسائل الإعلام مهمة صعبة وأحيانا تكون مستحيلة ، لان تلك المواقف والاتجاهات تكون قد تكونت ونمت في إطار مغلق يحولها إلى مواقف جامدة يصعب التأثير فيها ، لكن تظل هناك حالات (أفراد) يمكن النفاذ عبرها إلى الجمهور صاحب المواقف الجامدة الصلبة ، و يجب التركيز على هؤلاء الأفراد واستمرار توجه الوسائل إليهم .(العقاد ، 2000، 219)

أما بالنسبة لدور وسائل الإعلام في تبني الجمهور لآراء جديدة فان ذلك قد يتم بالنسبة للموضوعات التي لا يكون الجمهور قد كون نحوها آراء مسبقة ، وإذا ما خلق لدى الجمهور هذا الرأي الجديد ، فقد يكون هذا الرأي أو الاتجاه الجديد ، تحصينا للجمهور ضد الرسائل التي تأتي بعد ذلك تعرض وجهة نظر مخلفة .(بدر ، 1982، 129)

دور وسائل الإعلام في تدعيم الاتجاهات :

يحدث الإعلام من التغيير والتحول بقدر ما يحدث من التدعيم والمحافظة ، فقد وجد جوزيف كلابر (klapper, 1960, 8-9)أن وسائل الاتصال الجماهيري تعمل على التدعيم للآراء الموجودة بدلا من تغييرها وخرج بخمسة مبادئ هامه هي :

- أن وسائل الإعلام ليست السبب الكافي أو الوحيد لإحداث تأثير في الجمهور لكنها تعمل مع ، ومن خلال شبكة من العناصر والمؤثرات الوسيطة لإحداث التأثير .

- تجعل هذه العناصر والمؤثرات الوسيطة من وسائل الاتصال الجماهيري عنصرا رافدا في عملية تعزيز الحالات الموجودة سواء كانت هذه الحالات متعلقة بالنوايا أو الميول ، ويعمل التأثير الإعلامي على تعزيز هذه الحالات بدلا من تغييرها .

- من المرجح في الظروف التي تعمل فيها وسائل الإعلام على إحداث التغيير حدوث حالة من حالتين : إما العناصر الوسيطة لا تعمل مما يجعل تأثير الإعلام مباشرا ، أو أن العناصر نفسها تعمل وتساعد في إحداث التغيير .

- توجد بعض الأوضاع الجانبية التي يبدو فيها الإعلام قادرا على إحداث تأثير مباشر لتحقيق بعض الأغراض النفسية والجسدية .

- فاعلية الاتصال الجماهيري تتأثر بالمجالات المختلفة لوسائل الاتصال أو الاتصال نفسه أو الوضع الاتصالي ، سواء كانت عنصرا رافدا أو عنصرا يحقق التأثير المباشر .

وتعمل وسائل الإعلام على تدعيم الاتجاهات من خلال العوامل الوسيطة وفيما يلي عرض لهذه العوامل الوسيطة :

(أ) الاستعدادات السابقة والعمليات الانتقائية :

أن آراء الجماهير واهتماماتها واستعداداتها السابقة بشكل عام لها تأثير كبير على السلوك الذي تسلكه حيال وسائل الإعلام وعلى تأثيرها ، فالأفراد يعرضون أنفسهم لوسائل الإعلام التي تقدم شيئا يتفق مع اتجاهاتهم واهتماماتهم ، ويتجنبون بلا إدراك أو بلا شعور المعلومات التي لا تتفق مع آرائهم وقد ينسونها تماما ولا يتذكرونها ، كما يتذكرون المواد التي تتفق مع آرائهم ، وتعمل العمليات الانتقائية على تدعيم الاتجاهات ، ولكن هذه العمليات لا تعمل بكفاءة مطلقة ، ففي بعض الظروف قد تساعد العمليات الانتقائية الرسالة الإعلامية على إحداث التغيير ، وفي بعض

الحالات لا تقوم العمليات الانتقائية بإحداث التغيير حينما يتعرض الفرد لضغوط متعارضة أو حينما يضطر إلى أن يقول شيء لا يؤمن به.(رشتي ، 1978، 615)

وتتكون العمليات الانتقائية مما يلي :

التعرض الانتقائي :

يبحث الأفراد عن المعلومات التي تتفق مع آرائهم واتجاهاتهم وميولهم ولذلك يعزف الناس عن التعرض لما لا يتوافق مع هذه المواقف (رايت ،1983 ، 152) ، فالتعرض الانتقائي هو ميل الأفراد إلى تعرض أنفسهم اختياريا لرسالة ما - عن طريق وسائل الإعلام سواء بالقراءة أو الاستماع أو المشاهدة- تقول مضمونا يتفق مع أفكارهم وآرائهم وميولهم، وتجنبهم - سواء شعوريا أو لا شعوريا - وسائل الإعلام التي تتفق مع ميولهم واتجاهاتهم ، مما يمكن معه القول أن الأفراد الذين يشجعون ناديا رياضيا معينا يتعرضون للصحف الناطقة باسم النادي أو المؤيدة له ويتجنبون الصحف المعارضة له .(العبد ، 2010، 166)

ويتجنب الفرد في حياته الخاصة عادة معارفه وأصدقاءه الذين يختلفون معه في الرأي وينتقدونه لأنه على غير استعداد لأن يتغير بسهولة ، ويصادق من يتفق معه في الرأي ويعجب به (عبد النبي ،249،2010) .

الإدراك الانتقائي :

يتمثل في إدراك الأفراد أو تفسيرهم للمضمون الذي يتعرضون له وفقا لمصلحتهم واتجاهاتهم مع التفسير الخاطئ للمعنى المقصود في الرسالة إذا كانت مختلفة اتجاهاتهم وقيمهم ، بحيث يعتمد الأفراد تحريف الرسالة بما يجعلها تتفق مع آرائهم واتجاهاتهم ، فالمضمون محكوم بماذا يريد أن يتصور الأفراد أو بالفائدة منه (العبد ، 2010، 167) ، ومن الدراسات العلمية التي تؤيد ذلك دراسة جوردان ألبورت و ليوبوستمان حيث تبين أن الأفراد يغيرون الشائعات التي يستمعون إليها بحيث يجعلونها تتفق مع وجهة نظرهم واتجاهاتهم ، إذ تم تعريض عينة من الأفراد لفيلم يصور معركة حدثت في قطار ، ظهر فيها رجل أبيض يحمل مطواة ويتعارك مع زنجي ، وطلب الباحثان من الأفراد أن يصفوا ما يشاهدونه إلى أفراد آخرين ، والذين طلب منهم بدورهم أن يصفوا ما سمعوه لآخرين وهلم جرا ،وفي خلال الوصف المتتابع انتقلت المطواة من يد الأبيض إلى يد الزنجي ، ويرجع ذلك إلى أن المعلومات التي لا تتفق مع اتجاهات المتلقي السابقة يحتمل أن تخضع لتعديلات وتحريفات حتى تتفق ليس فقط مع مدى فهمه وتذكره ولكن أيضا مع احتياجاته الشخصية واهتماماته فما كان خارجيا يصبح داخليا وما كان موضوعيا يصبح ذاتيا (رشتي ، 1978، 616) .

يرجع تكوين المدركات لدى الإنسان لمجموعتين من المحددات أولهما : العوامل الخاصة بالمنبه ، ويقصد بها خصائص المنبه نفسه ، وقد يكون هذا المنبه هو الناس الأخرون في المجتمع أو يكون الموقف أو المجال الاجتماعي ، وقد يكون صورا وكلمات وأشكال ، وثانيهما العوامل السلوكية ويقصد بها العمليات النفسية الداخلية والقيم والاتجاهات وخبرات الفرد الماضية ، ولذا فان ما يقوم به الناس من فعل يعتمد على العمليات النفسية الداخلية وعلى طبيعة الموقف الخارجي (أبو نبيل ، 2009، 207).

التذكر الانتقائي :

يميل الأفراد إلى تذكر الرسائل التي تتفق مع تصوراتهم واتجاهاتهم السابقة ونسيان مالا يتفق معها ، فالفرد يتذكر الأشياء بناء على قرب هذه الأفكار منه أو بعدها عنه زمانيا أو مكانيا ، وحسب مواقفه وأفكاره الأصلية (العبد ، 2010، 169) .

فعلا سبيل المثال عندما نعرض أنفسنا انتقائيا لأنواع معينة من البرامج والأغاني هذه العملية تسمى بالتعرض الانتقائي ، فإذا كان -على سبيل المثال - هناك سياسي يلقي خطابا في التلفزيون فانك ربما تفتح جهازك على البرنامج لأنك تتفق أو لا تتفق مع هذا السياسي ، فانه لأي من السببين عرضت نفسك انتقائيا للبرنامج ، ولذالك فان الإدراك الذي يكون لديك قبل مشاهدة الخطاب المتلفز سوف يؤثر أيضا على رد فعلك إزاءه ، فإذا كان ولائك له شديدا ربما توافق على كل شيء يقوله بغض النظر عما يقوله لدرجة انه إذا قال منافسه نفس الشيء قد تختلف معه ، وهو ما يسمى بالإدراك الانتقائي ، وبسبب هذا الإدراك قد تتذكر أو تحتفظ فقط بتلك الأجزاء من الخطاب التي تتفق معها ، ذلك أننا نميل في أغلب الأحيان إلى نسيان التجارب المؤلمة التي تمر بنا وتسبب لنا إزعاجا ، أو نميل إلى عدم تذكر الآراء التي تشعرنا بالإثم ، أو تهدد الصورة التي كوناها عن الواقع ، ولذالك يعتبر التذكر الانتقائي من العوامل التي تدعم الوضع السائد وتحمي الفرد من الرسائل التي لا تتفق مع اتجاهاته وآرائه (رشتي ، 1978، 617) .

(ب) الجماعات التي ينتمي إليها الفرد :

يشير مفهوم الجماعة إلى شخصين أو أكثر يشتركون في مجموعة من المعايير والمعتقدات والاتجاهات والقيم ، كما توجد بينهم علاقة محددة ومعروفة بالنسبة لبعضهم البعض ، والمثال على ذلك ان سلوك كل فرد له نتائجه على الآخرين وهذه الخصائص – القيم والمعايير – بدورها تظهر وتؤثر في تفاعلات الأفراد الذين هم بالتالي يتحركون لتحقيق أهدافهم ، وتنطبق هذه الخصائص المتعلقة بمفهوم الجماعة على كثير من الجماعات مثل : الأسرة ، مجلس الشعب ، الحزب السياسي (أبو نبيل ،2009، 283).

وتبرز الأسرة بين هذه الجماعات لان لها دور يضعها في موضع الصدارة إزاء المقارنة بينها وبين الجماعات الأخرى ، وتعد الأسرة بالنسبة للأبناء بمثابة إطار من الخبرة اليومية المتصلة ، كما تعد خبرتها بمثابة دستور يوضح لأبنائها الكيفية التي يجب أن يكون عليها سلوكهم في المواقف المختلفة (حسين ، 1987، 39) .

وتقوم الجماعات الأولية بدور الوسيط الذي يحمي الفرد من وسائل الإعلام المعارضة وتساعد – كالعمليات الانتقائية – على التدعيم ، ويرجع تأثر الفرد بالجماعة التي ينتمي إليها إلى أن كل فرد يستمد إحساسه بالأمن والطمأنينة من رضا الجماعات التي هو عضو فيها. (رشتي ، 1978، 716).

ويعتمد مدى تأثير الجماعة الأولية على الأفراد بمدى توحدهم معها ، كما تؤثر الجماعة المرجعية – التي يتوحد معها الفرد ويعمل على كسب تقبلها دون أن يكون عضوا فيها بشكل مباشر – بنفس الطريقة في اتجاهاته وتصرفاته (العبد ،2010، 171) .

تقوم الجماعة المرجعية بوظيفتين الأولى : أنها تعمل كمعايير للشخص لا يخرج عنها عند قيامه بالحكم أو بالإدلاء باتجاهه نحو موضوع ما ، والثانية أنها تعمل كمعايير يقارن الأفراد من خلالها سلوكهم بسلوك الأخرين ، فالجماعات المرجعية تحد من انتشار ظاهرة الزواج غير الموثوق بأشكاله المتعددة (أبو نبيل ، 2009 ،353) .

(ج) نشر مضمون وسائل الإعلام بالاتصال المباشر :

أشارت نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين إلى أن المستمعين والمشاهدين والقراء ليسو نهاية عملية الاتصال لكنهم مراكز جديدة للأخرين ، يحتمل أن ينقلوا ما يعرفونه من وسائل الإعلام إلى آخرين يشاركونهم الاهتمام (العبد ، 2010، 174).

ثم تطورت هذه النظرية من انتقال المعلومات على مرحلتين إلى تدفقها على عدة مراحل ، حيث أن تدفق المعلومات يصل إلى إعداد كبيرة من الأفراد الذين ينقلونها بدورهم إلى آخرين ، وان قيادة الرأي قد تظهر في أي مرحلة ، وليس بالضرورة ظهورها في المرحلة الأولى ، وأوضح (رايت) أن الروابط الاجتماعية للفرد تزوده بشبكة من الاتصال على أساس شخصي ، وغالبا تهيئ هذه الشبكة الودية له التعرف غير المباشر على مادة اتصالية لا تصله بالطريق المباشر ، كما أن أكثر الناس يفضلون أن يضعوا ثقتهم في الآراء ووجهات النظر التي يشير بها أناس معروفون لهم عن أن يضعوها في صاحب الرسالة موجهة للكل لا يعرفونه ولا تربطهم به صلة . (رايت ،1983، 72) .

(د) قيادة الرأي والتأثير الشخصي :

أن قيادة الرأي والتأثير الشخصي لهما دور هام في عملية اتخاذ القرارات وتغيير الاتجاهات والسلوك (رشتي ، 1978، 647) ، حيث يقوم قادة الرأي بدور الوسيط بين وسائل الاتصال الجماهيرية والناس في الجماعات التي ينتمون إليها ، ومن المعروف أن قادة الرأي يتعرضون لمعلومات من وسائل الإعلام الجماهيرية ، قد يمررونها أو لا يمررونها إلى الأفراد الآخرين (العبد ،2010، 175) ، فقائد الرأي أفضل ممثل لجماعته ، مما يحتمل أن يكون أكثرهم حرصا على تدعيم الأوضاع السائدة ، كما انه يقوم بدور الشخصية التي تحافظ على سلامة الجماعة ولا تسمح بالخروج على خطها ، بل يعمل التأثير الشخصي وقادة الرأي على منع أي جماعة من الانحراف عن مبادئها من البداية (رشتي ، 1987، 621).

ويذكر كاتز ولزرزفيلد كما ورد في جهان رشتي(476،1978) أن التأثير الشخصي أكثر فاعلية من الصحف بنسبة خمس مرات ونصف حينما يسعى للتأثير على اختيار الأفراد للأفلام السينمائية التي سيشاهدونها ، كذلك فان فاعلية التأثير الشخصي اكبر مرتين من فاعلية المجلات حينما يحاول أن يغير عادات ارتداء الملابس أو الأزياء ، ولم يلاحظ كاتز ولزرزفيلد ترتيبا مميزا للتأثير ولكن يحتمل أن يكون التأثير الأول يحتمل أن يكون الأكثر فاعلية ، ولذلك فانه حينما يتوفر التأثير الشخصي ، يصبح أكثر فاعلية من وسائل الإعلام ، ولكن من ناحية أخرى قد لا يتوفر التأثير الشخصي دائما ولهذا لا يمكن أن نعتبره ضروريا لنجاح التأثير .

(هـ) طبيعة وسائل الإعلام في المجتمع القائم على نظام المشروعات الحرة :

يؤثر التمويل تأثيرا كبيرا على الخدمة الإذاعية ومضمونها ، فالأنظمة التي تعتمد أساسا على الإعلان في تمويلها تحاول أن تصل إلى أكبر عدد ممكن من المتلقين وتعمل على جذب انتباههم (رشتي ، 1978، 23) ، ولا تستطيع وسائل الإعلام في المجتمع القائم على نظام المشروعات الحرة - لاعتبارات اقتصادية - أن تعرض وجهة نظر لا يرضى عنها الرأي العام أو قطاع من قطاعاته ، حرصا على كسب الكل من خلال الإقبال على الإعلانات من خلالها ، ولهذا فانه من الجائز أن تعمل على المحافظة على الوضع القائم من خلال عملها كعنصر تعزيز اجتماعي ، حيث تتجنب الإفصاح عن أية وجهة نظر لا ترضى عنها أي أقلية ، وتعيد تقديس الأشياء التي تراضى الناس على تقبلها والرضاء عنها . (الموسى 1995، 148- 149)

ثانيا : الميول

مفهوم الميول :

ليس هناك تعريفا واضحا متفقا عليه للميل ولكن سنعرض عدد من المفاهيم حول هذا التعريف ومنها:

تعرف الميول بأنها "الاستجابة لرغبة في شيء أو الاستجابة لعدم الرغبة فيه ، وتعرف أيضا بأنها اتجاه نفسي له صبغة وجدانية تدفعنا إلى النشاط والعمل" .(السامرائي، اميمن 2006، 138)

يمكن تعريف الميل على انه " دافع يحدد استجابة الفرد بطريقة انتقائية ، وتعكس القوة النسبية للشحنات الموجبة للأنشطة و الأشياء على اختلافها وتعددها في عالم الفرد السيكولوجي" (ملحم 2006، 136)

والميل هو الاتجاه الذي تكون بفترة قصيرة أو تكون نوا ، وهو عبارة عن اتجاه موجب لدى الشخص نحو موضوع معين ، كان يثير فضول الفرد نحو نشاط ما كلعبة كرة القدم ، أو مثلا ميل الطلبة لمحاضرة احد الأساتذة في موضوع دراسي معين وعدم ميلهم لأستاذ آخر بنفس الموضوع ، (حسين، 1985، 15) .

أن الميول هي التي توجه الشخصية إلى فرع معين من فروع الحياة فالإنسان الذي له ميول فنية،يريد أن يتعرف على الكثير في هذا المجال ،فيزور المعارض ويقرا المجالات الفنية ويجمع المعلومات المتصلة بالفن، ويناقش مشاكل الفن مع الأصدقاء والمعارف ، كما يعمل على أن تكون له اتصالات بالفنانين ، مستغلا كل فرصة لكي يوسع معرفته في مجال ميوله ، وتتجه الميول غالبا إلى النشاط الذي يحبه الشخص ، بصرف النظر ان كان يزاوله بنفسه أو لا يزاوله، فالكثير من الناس يهتمون بالرياضة لكنهم لا يزاولونها ويستمتعون بها بالمشاهدة في الملاعب أو عن طريق الإرسال التلفزيوني أو الراديو . (ERLEBACH، 1987، 96)

ويعرف جلال (1981، 512) الميل بأنه " الاستعداد الذي يدفع الفرد إلى الانتباه باستمرار إلى أشياء معينة ، أو أوجه نشاط معينة تستثير وجدانه ".

ويشير سوبر Super إلى أن هناك أربعة تقديرات لكلمة الميل ويتصل كل تفسير بطريقة معينة من الطرق التي تتعرف بها على الميول. وكأن معنى الميل يتوقف على الطريقة التي تتبع في الكشف عن الميول.

- فهناك الميل المعبر عنه لغوياً: فقد يعبر الفرد عن ميله أو عدم ميله لشيء معين بمجرد القول بأنه يحب هذا أو لا يحب ذاك.

- وهناك الميل الظاهر: وهو ميل يتضح عن طريق أنواع النشاط أو العمل الذي يقوم به الفرد يومياً.

- وهناك الميول التي تبينها الاختبارات الموضوعية: على افتراض أن الأفراد الذين يميلون

نحو ناحية معين يكونون عليمين بها وسوف تكون معلوماتهم عنها وافية.

- وهناك الميل الحصري : ونتعرف عليه بطريقة مشابهة لطريقة الاستفتاء استبانه، بحيث

يكون لكل سؤال في القائمة التي تختبر الميول درجة معينة (ملحم ، 2005، 327) .

وترتبط الميول بالعمر والذكاء والجنس والبيئة ، وفيما يتعلق بالعمر فأن الميول من الطفولة المبكرة تتميز بأنها ذاتية المركز تدور في جوهرها حول شخصية الفرد ثم تتطور نحو الأخرين بزيادة تقدمه في العمر حيث يميل في المراهقة مثلا إلى الألعاب الرياضية ، وترتبط الميول بالذكاء ، وحيث تتميز ميول الأذكياء بأنها متنوعة وواسعة وخصبة وعميقة ، بينما تتميز ميول الأغبياء بالضيق والفقر والضحالة ، وفيما يتعلق بالجنس فأن الذكور يميلون إلى قراءة الموضوعات التي تدور حول الآلات الميكانيكية والهوايات العلمية والاختراعات الحديثة في عمر المراهقة ، أما الإناث فيملن إلى قراءة القصص الغرامية . (الداهري، 2008، 215)

ويعرفه الباحث بأنه الإحساس بالارتياح الذي يدفع الفرد إلى الاهتمام بشيء ما ، أو يدفعه إلى تفضيل شيء على شيء آخر ، و يتضمن الميل نشاط الفرد الذاتي وانفعالاته .

خصائص الميول

يرى الكثير من الباحثين أن الميل يمكن أن يكتسب عن طريق التعلم، ولذلك فإن التعرف على خصائص الميول أمر مهم حيث يساعد في اختيار الأنشطة المناسبة التي يمكن أن تزيد من دافعية الفرد أثناء اكتساب المفاهيم المختلفة ، وزيادة ميوله الإيجابية نحو تلك المفاهيم . كما أن الكثير

من أنشطة الفرد تتأثر كثيرا بميوله نحو هذا النشاط أو ذاك، وللميل خصائص يمكن التعرف عليها كما يوضحها الكتاني وآخرون (2002، 128- 130) في التالي :

1. أن الميل يتم بالابتهاج والسعادة بالخبرات الماضية والحاضرة والمستقبلة.
2. الميل هو الاهتمام الذي يدفع الفرد نحو القيام بنشاط معين.
3. تتغير الميول بالانتقال من مرحلة نمو إلى مرحلة نمو أخرى.
4. تختلف الميول في البيئات المحلية المختلفة فأبناء الريف يختلف ميولهم عن أبناء المدينة في الدولة الواحدة.
5. تختلف الميول باختلاف الجنس.
6. الميل هو ناتج تفاعل بين مجموعتين من العوامل ، عوامل تتصل بالنضج وعوامل تتعلق بالبيئة ومؤثراتها .

يتضح من الخصائص السابقة للميل ، أن الميل يتغير تبعا للبيئة المحيطة أو المرحلة العمرية أو الجنس ، ويمكن أن تكتسب الميول عن طريق التعلم وذلك بتهيئة الظروف والمؤثرات التي تسمح بتنمية الميول نحو موضوع معين .

مكونات الميول وأنواعها:

إن التعرف على مكونات الميول يساعد في تنمية الميول نحو موضوع معين . وتتضمن الميول ثلاثة عناصر أساسية كما يذكرها الريماوي وآخرون (2011، 580- 581)

أ- الجانب المعرفي : ويشتمل هذا الجانب على ما لدينا من معلومات حول موضوع الميول، فمن الضروري أن يعتقد صاحب الميل بصواب تلك المعلومات.

ب- الجانب الانفعالي : يصاحب ممارسة الميول مشاعر وانفعالات متعددة، من قبيل مشاعر السرور والفرح، أو الغضب والكراهية والانزعاج.

جـ - الجانب السلوكي : يدفع ما لدينا من معلومات نعتقد بصحتها ، وما يصاحبها من مشاعر وانفعالات ، نحو التصرف بطريقة منسجمة مع المعلومات ، ومع الرغبة في تجنب الألم والاقتراب من حالة السعادة والسرور .

أنواع الميول :

يذكر منسي ثلاثة أنوع للميول وهي(1987 ، 24) :

1- ميول مهنية: تتعلق بأساليب النشاط المرتبطة بالمهنة التي يزاولها الفرد.

2- ميول تعليمية : تتعلق بالمواد التي تعلمها الفرد .

3- ميول هوائية : تتعلق بأساليب النشاط التي يمارسها الفرد ويفضلها في أوقات فراغه .

أقسام ومظاهر الميول:

تنقسم الميول إلى ثلاثة أقسام وهي (صليبا،1972، 266):

1. الميول الشخصية : وهي الميول التي يحافظ بها الإنسان على بقائه ، فمنها ما هو مادي، كالميل إلى الغذاء ، ومنها معنوي كالميل إلى التفكير .
2. الميول الغيرية : وهي الميول التي يتصل بها الفرد بغيره من الناس كالصداقة والمحبة وغيرها من الميول الاجتماعية .
3. الميول العالية : وهي الميول التي تترفع عن المنفعة ،شخصية كانت أو اجتماعية ، فتجرد الشخص من المصالح العملية ، وترتقي به إلى التفكير في الغايات السامية ، والمثل العليا ،كالخير والجمال والحقيقة.

ويرى جلال (1981، 499) أن هنالك نوع آخر من الميول وهو ما تبينه الاختبارات الموضوعية ، والتي تفترض أن الفرد إذا كان لديه الميل نحو ناحية معينه فانه سيكون عليما بها وستكون معلوماته عنها وافية ، فالفرد الذي يهوى كرة القدم يتتبع أخبارها وأخبار لاعبيها ، وتكون لديه معلومات عن قواعدها وأصولها .

المظاهر الرئيسية للميول :

يلخص الداهري (2008، 216) المظاهر الرئيسية للميول فيما يلي :

1. أن من الميول ما يمتد في حياة الشخص حتى تكاد تستقر في اغلب مراحل نموه ومنها ما يظهر في طور معين من أطوار حياته .

2. قد يتسع ميدان الميل حتى يشمل كل مظهر من مظاهر النشاط النفسي ، أو قد يضيق فيقتصر على ناحية معينة .

3. أن الميول تتباين تبعا لشدتها فهناك من البشر ما يفضل بعض الميول على البعض الآخر.

تنمية الميول:

تمكن الباحثون من استخلاص عدد من العوامل التي يمكن أن تؤثر في الميول وتنجح في تغييرها، ويميل معظم المشتغلين في هذا المجال إلى تصنيف هذه المتغيرات إلى فئات ثلاث كما يذكرها الريماوي وآخرون(2011، 584 – 586) وهي :

أ- خصائص المُستقبل : من أجل سرعة ونجاح عملية تغيير ميل الفرد من سلبي إلى إيجابي أو العكس، فإننا نحاول معرفة خصائص ذلك الفرد، وقد نحاول كذلك معرفة مدى اقتناعه بما يمتلك من آراء أو ميول، ومقدار ثقته في ميوله أو آرائه أو ثقته بنفسه.

ب - خصائص الرسالة الإعلامية: حيث ينبغي أن تكون الرسالة متوازنة، وكذلك تكرار الرسالة غير الممل يؤدي إلى تزايد الإعجاب والألفة بها . فكلما كانت الرساالرسالة:لمقدمة واضحة وتلبي حاجاته ورغباته، كلما كانت دافعا لدى الفرد نحو للاستجابة والتفاعل مع هذه الرسالة .

جـ - خصائص مصدر الرسالة : يحظى ناقل الرسالة بأهمية بالغة بالنسبة لاحتمالات تأثيرها في المتلقي. ومن أهم الخصائص التي يجب أن نأخذها في الاعتبار، الجاذبية الشخصية، والمصداقية والثقة.

تفسير الميول :

هناك أربعة تفسيرات للميول وهي تتوقف على الطريقة التي تتبعها في الكشف عنها وهي (الداهري، 2008، 216):

1. الميول التي تقاس بالاستبيانات والتي يعبر عنها لغويا عند المراهقين وتتسم بالتغير وعدم الثبات .

2. الميول الظاهرة التي تتضح عن طريق أنواع النشاط أو العمل الذي يقوم به الشخص في حياته اليومية .

3. إن هذا النوع من الميول ما تقيسه الاختبارات الموضوعية حيث يقاس ميل الشخص بمدى معلوماته في الميدان الذي يميل إليه.

4. الميول الحصرية وهي التي تعطي أنماطا من الميول المتعددة للشخص ولا تعطي الميل في ناحية كما في الطريقة الأولى التي تستخدم الاستبيانات .

ويمكن أن ننمي الميول إلا أن تصبح اتجاهات عامة لدى الأفراد مستقبلا ، ومثل هذه الميول تعتبر ميول ظاهرية ويمكن للمربين استغلالها لاكتشاف الميول الكامنة لدى الأفراد وخاصة الطلبة ، ولأن الميل الظاهري يعتبر نقطة البدء لاكتشاف سلسلة من الميول الكامنة ، وبما أن الميول الظاهرة قابلة للتغير بسرعة ولأنها على شكل دوافع لدى الأفراد نحو مواضيع محددة فيجب عدم استغلالها إلى أقصى حد لأنها ستؤدي إلى النفور والاشمئزاز من ذلك الموضوع فيكون في هذا الحال استغلالها بشكل مرن وكدوافع باتجاه الأهداف المحددة التي يراد الوصول لها (حسين ، 1985، 15) .

ويضيف (ERLEBACH) أن تشجيع الميول ليس فقط من مهام المدرسة ، وإنما يجب أن يكون للمنزل والمنظمات الطلابية والشبابية دور فيها، حيث أن التلميذ ذو الميول المحدودة تكون معرفته محدودة ، أما التلميذ ذو الميول العديدة والمتنوعة يكون نشاطه واسع، وتحدد الميول النشاط الاجتماعي عموما ، كما أن ميول الفرد تحدد الاتجاه الرئيسي للشخصية ، ويجب أن يكون الشخص غير متقلب في ميوله لحد ما ، فالأشخاص الذين تكون ميولهم غير ثابتة ومتغيرة ، لا يصل عملهم إلى النجاح ذو القيمة ، ويجب أن تكون الميول ذات فاعلية، وان يعمل الإنسان في مجال نشاط يتناسب وإمكانياته . (ERLEBACH، 1987، 96)

قياس الميول :

تقاس الميول بما يلي(السامرائي ، واميمن ،2006، 138) :

1. مدى معرفة الفرد وخبراته بمجال معين ، فقد تتغير المعارف والخبرات والمعلومات لدى الفرد مقياسا لميوله .
2. التفضيل وذلك عن طريق استجابات الفرد نحو بعض الأنشطة المتعلقة بالدراسة أو المهنة وتفضيله لبعضها كمقياس لقوة ميله إلى هذه المجالات .
3. ملاحظة السلوك وهي إحدى الطرق للتعرف على ميل الفرد تجاه المجالات التي يميل إليها.

طرق قياس الميول (الداهري،2008، 217):

1. الاستبانات والمقاييس اللفظية .

2. الملاحظة لنواحي نشاط الشخص .

3. اختبارات حصرية كما في اختبارات كيودر وسترونك .

4. استخدام الصور كما في اختبار أو مقياس الميول لجامعة ستانفورد المؤلف من (135) صورة .

علاقة الميول بالاتجاهات

يرتبط مفهوما الميل والاتجاه ارتباطا وثيقا ، ولكن الاتجاه أوسع في معناه ، وتعتبر الميول اتجاهات نفسية تجعل الشخص يبحث عن أوجه نشاط متنوعة وفي ميادين مختلفة ، ومع ذلك فان كل من الاتجاه والميل ،يصف استعداد الفرد للاستجابة لشيء ما بطريقة معينة (إبراهيم ، 2010، 400)

الاتجاه والميل كلمتان تستخدمان للدلالة على معنى واحد ، وفي بعض الأحيان تستخدم كل كلمة في معناها الخاص ، على الرغم من الجوانب المشتركة بينهما ويتبين هذا الاختلاف في ما يلي :

الميل يكون دائماً إيجابياً لأنه يدل على موقف القبول والرضا، أما الاتجاه فيكون إما سلبي أو ايجابيا ، ويقترن الميل عادة بالنشاط الفعلي بينما الاتجاه فيمكن أن يبقى على المستوى الفكري ، فالاتجاه نحو السباحة قد يدفع بصاحبه إلى حب السباحة وتشجيع الأخرين عليها ولكنه قد لا يمارسها (قدور ، 2006، 17) كما ترتبط أغلب ميول الفرد باستعداداته الموروثة، أما الاتجاه فلا علاقة له بها وان كانت هناك علاقة فهي ضعيفة مقارنة مع الميل ، والاتجاه أكثر عموماً من الميل، فالميل يقتصر على النشاط الذي يدفع الفرد نحو موضوع معين في حين أن الاتجاه يشمل حالة التهيؤ للنشاط (الألوسي، 1988، 192)

الفصل الثالث

المبحث الاول

الاعلام الرياضي

يحظى الاعلام الرياضي في مختلف بلدان العالم بأهمية كبيرة لما له من دور مؤثر وفعال في توجيه الرأي العام وكذلك في دعم وتطوير الأنشطة الرياضية والشبابية بمختلف مستوياته سواء كان ذلك العمل على المستوى المحلي أو العالمي ، مما له أكبر الأثر في تحقيق النتائج الإيجابية لدى الممارسين للرياضة والشباب بصفة عامة ، وكذلك فئة المتابعين على المستوى الجماهيري بصفة خاصة ، ويُقاس مدى تحضر الدول رياضيًا بمدى ما تقدمه من إعلام رياضي راق ومتحضر في مختلف وسائله المتعددة، ولذلك فانه يدرس على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية غير أن الاعلام الرياضي لا يعدو أن يكون فرعا من ظاهرة أكبر وأشمل وهي ظاهرة الاتصال .

يعرض هذا المبحث نشأت الاعلام الرياضي، مفهومه ، وعوامل ظهوره ، وأهميته ، وخصائصه، وظائفه ، وسلبياته ، إضافة إلى الاعلام الرياضي الحديث ، دوره في تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي ، وتغيير المعرفة الرياضية ، والتنشئة الاجتماعية ، والإثارة الجماعية ، والاستثارة العاطفية ، والضبط الاجتماعي ، وصياغة الواقع ، وجمهور الاعلام الرياضي .

نشأة الاعلام الرياضي

يذكر العيثاوي (2009، 68)أن بداية الاعلام الرياضي تمتد إلى الحضارات التي نشأت قبل الميلاد إذا وجدت إشارات لحوادث رياضية مدونة على قطع أثرية في العراق ومصر ، وذكر التاريخ الإغريقي إشارات واضحة لما يمكن عدة جذور للصحافة الرياضية إذ استخدم (هوميروس) في ملحمة (الالياذة) إشارات رياضية عن المباريات كما جاء في النشيد الثالث والعشرين من الملحمة فقد تحدث عن سباق العربات وعن الملاكمة والمصارعة وسباق العدو والمبارزة والرماية ورمي القرص ورمي الرمح ، وفي العصور الحديثة ضلت التجارة وحركة السوق والشؤون السياسية تحتل مكان الصدارة في صحف نهاية القرن السادس عشر والقرن السابع عشر ولم تكن للرياضة أهمية حتى عام 1895 عندما اشترى وليم بروك صحيفة نيويورك، فأسس أول قسم رياضي في تاريخ الصحافة حيث خصص مساحة تزيد أربعة أضعاف عما كان موجود عليه للأخبار الرياضية فزاد التوزيع عشرين ضعفا.

ظهرت أخبار الرياضة في الصحف مع نشأة الصحافة نفسها، واحتلت الصحافة الرياضية في الصحافة مرتبة اقل أهمية من الشؤون السياسية والعسكرية حتى نهاية القرن التاسع عشر(الخصاونة ،89، 2012) ، ثم عرفت الصحافة الرياضية طريقها إلى الصفحات الأولى من الصحف مع بداية القرن العشرين وارتبط ذلك بازدياد عدد قراء الصحف ، وظهور الصحافة الشعبية ، ومنذ ذلك الوقت أصبحت أخبار الرياضة في الصحف أداة لجذب اكبر عدد من القراء(ابو زيد ،2008، 76) .

تولي الصحف أخبار الرياضية اهتماما كبيرا ،لان الجمهور مولع بالرياضة ، ويقبل على ممارستها عن رغبة وشغف ، كما انه يحرص على مشاهدة المباريات المختلفة بالنسبة لجميع الألعاب الرياضية بصفة عامة ، ولعبة كرة القدم بصفة خاصة (شرف ،185، 2002).

ويذكر الهيتي (2011، 209) أن الصحافة الرياضية تمكنت من تحقيق نجاحا كبيرا ، واستطاعت تؤدي دورا وسيطا بين الرياضات المختلفة والجمهور ، وأبدت نوعا من المشاركة الجماهيرية بين ممارسي الرياضة ومتابعيها ، وهو دور مهم من ادوار الاعلام ولاسيما الاعلام الرياضي .

ويؤكد عبد اللطيف (2004، 146) أن الاهتمام الإعلامي بالرياضة ازداد، وخاصة في النصف الثاني من القرن العشرين ، فصدرت صحف ومجلات وبرامج إذاعية متخصصة في المجال الرياضي، وتلبية لرغبات الجمهور توسعت مجالات الاعلام الرياضي، فلا تكاد تخلو أي وسيلة مهما كان انتشارها من الاهتمام بالرياضة وتضعها على رأس قائمة اهتماماتها تلبية لرغبات الجمهور .

ومع الثورة الهائلة في مجال البث التلفزيوني أصبحت للرياضة علاقة قوية مع التلفزيون ، خاصة بعد ظهور القنوات المتخصصة في الجانب الرياضي والتي تبث على مدار 24 ساعة ، حيث استفادت الرياضة من التغطية الإعلامية والإشهار للفرق والأندية ، حيث تقوم بتقديم مختلف الأحداث الرياضية المحلية والدولية التي يصاحبها الطابع الإخباري ، حيث الخبر السريع الذي يعنى بتطورات الأحداث الرياضية (الجبوري، 2012، 51).

ويبين عبد القادر(2010 ،14-17) أن الاعلام الرياضي يعكس القيمة الحقيقية للرياضة في المجتمع في مرحلة ما من مراحل تطوره ، ويعتبر من أهم وأكثر أنواع الاعلام انتشارا وقبولا بين أفراد المجتمع ممن يهتمون بالرياضة ، ووصف وتحليل الأحداث الرياضية فهو يمثل انعكاس دقيق للحياة الرياضية والأحداث التي تمر بها ، والاعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من :

صحافة رياضية، وبرامج رياضية، إذاعية وتلفزيونية والكترونية ، يلعب دورا كبيرا في الوقت الحالي في تهيئة الرأي العام لقبول أو رفض القرارات التي تصدر عن أي هيئة أو مؤسسة رياضية .

يشكل الإعلام الرياضي عنصرا أساسيا من عناصر أي مجتمع رياضي مهما كانت درجة تطوره ، ولذلك فإنه يدرس على أنه ظاهرة رياضية اجتماعية ، غير أن الإعلام الرياضي لا يعدو أن يكون فرعا من ظاهرة أكبر وأشمل الا وهي ظاهرة الاتصال ، فالإعلام الرياضي لا يعدو أن يكون شكلا من أشكال الاتصال لأنه فرع من فروع التفاعل الذي يتم عن طريق استخدام الرموز وهذه الرموز تكون على شكل حركات أو رسوم أو نقوش أو كلمات أو أي شيء آخر ، ومما سبق يمكن إيجاز العلاقة بين الإعلام الرياضي والاتصال في أن الإعلام الرياضي فرع من الاتصال وعنصر هام من عناصره وطريق من الطرق التي يتحقق بها الاتصال مع الناس (محمد عبد العظيم ، منتدى الإدارة الرياضية http://masm.ibda3.org).

مفهوم الاعلام الرياضي

ويعرف ياسين (2011، 46) الاعلام الرياضي بانه عملية " نشر الأخبار والحقائق والمعلومات الرياضية ، وشرح القوانين و القواعد الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية الوعي الرياضي ".

ويميز طلبة (70) بين نوعين من الاعلام الرياضي الأول ما يمكن تسمية بالإعلام الرياضي التقليدي الذي يروج للرياضة التقليدية وينشر مفاهيمها وقيمها ، و الثاني الاعلام الرياضي الجماهيري الذي يعنى بنقل مفهوم جماهيري للرياضة أو مواكبة نشاط جماهيري في المجال الرياضي لتحقيق هذا المفهوم على الواقع .

ويعرف العيثاوي (2009، 70) الاعلام الرياضي بانه " جميع المواد الرياضية في الصحف أو في محطات الإذاعة وقنوات التلفزيون أو في شبكة الانترنت أو في الهاتف الخلوي ، التي يهدف القائم بالاتصال منها إلى نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية ، وتيسير الثقافة الرياضية بما يرفع درجة الوعي الرياضي بين أفراد المجتمع ومؤسساته ، وذلك باستخدام القنوات الإعلامية كلا أو بعضا ".

ويعرف عبد القادر(2010، 27) الاعلام الرياضي بانه " منظومة العمل التي من خلالها تقدم المعلومات والأخبار الرياضية الصحيحة و النشر والتفسير والتعليق على الأحداث الرياضية

المختلفة بموضوعية بهدف إكساب الثقة الرياضية وتشكيل رأي عام رياضي صائب من خلال وسائله المختلفة " .

ويذكر الخصاونة (2012، 91) أن الاعلام الرياضي يتكون من مجموعة العناصر هي : المرسل ، المستقبل ، الاداه أو الوسيلة ، المضمون ، ويرى أن المرسل هو صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر هذه الرسالة سواء كانت هذه الجهة الاتحاد أو النادي أو المدرب أو اللاعب،أما المستقبل فهو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فردا أو جماعة ، أما الاداه فهي ما تؤدى به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون ،أما المضمون فهو ما تريد الوسيلة الإعلامية تبليغه وتوصيلة إلى المستقبل ، ويعتمد الاعلام الرياضي في تحقيق أهدافه على المضمون الذي تقدمة هذه الرسالة ومدى اعتماده على الحقائق والأرقام ومسايرته لروح العصر، و ملائمته لمستوى المستقبلين من حيث أعمارهم وحاجاتهم، ويتم نقد الاعلام الرياضي وتقويمه إيجابا أو سلبا في ضوء توفر هذه الشروط والمعايير التي أن تحققت يصبح تأثيرها في الناس اكبر، وتستحوذ على ثقتهم وتفاعلهم معها .

ويعرف الحماحمي و رجب (1996، 98) الاعلام في المجال الرياضي بانه " تلك المنظومة التي تهتم بنشر الأخبار والمعلومات المرتبطة بهذا المجال، ويعرض ويفسر القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الألعاب والرياضات المختلفة وتحكم المنافسات المختلفة ، والتي تهتم بتوضيح الرؤى العلمية نحو العديد من المشاكل والقضايا الرياضية المعاصرة ، وذلك من خلال وسائل الاتصال بغرض نشر الثقافة المرتبطة بهذا المجال لدى المواطنين ، وتنمية اتجاهاتهم الايجابية نحو ممارسة أوجه النشاط الرياضي ، وتوجيهم نحو استثمار أوقات فراغهم في متابعة الأحداث الرياضية ".

ويرى الباحث أن الإعلام الرياضي ما هو إلا مجموعة أخبار ومعلومات وحقائق رياضية وفق قوانين وضوابط وقواعد خاصة بالنشاط الرياضي يتم تداولها وإيصالها من جهة إلي جهة آخري عبر وسائل متنوعة مقروءة ومسموعة ومرئية بغرض الإعلام والإخبار عن المعلومة الرياضية .

عوامل ظهور الاعلام الرياضي

سعت الحكومات بعد الحرب العالمية الثانية إلى تخصيص مساحات أوسع للثقافة الرياضية لزيادة الوعي الرياضي عند الجمهور ، وتعريفة بأهمية الرياضة وكانت هناك مجموعة من العوامل وراء ظهور الاعلام الرياضي أهمها : أن الاعلام الرياضي انعكاس حقيقي للرياضة في المجتمع من حيث مدى تطوره لاسيما بعد أن أصبحت الرياضة ظاهره واسعة ومعقدة، ولم تعد

الرياضة محصورة في لعبة معينة وإنما ظهرت رياضات كثيرة تمارس وتقام لها البطولات على مستوى العالم، ولم يعد الجمهور المتابع للألعاب الرياضية عبارة عن مجموعة من الشباب الباحث عن الترفيه وإنما اتسع وتبدل وتنوع كما ونوعا ، كما أن الرياضة تحولت إلى صناعة وقد غلب على الكثير من بطولاتها الطابع الاقتصادي فتنوعت الرسالة الإعلامية والإعلانية المطلوب إيصالها في وقت معين وشكل معين (العيثاوي، 2009، 68)

ويرجع خولي (1996، 37) التقدم و النجاح المطرد في إقامة الدورات الاولمبية إلى العوامل التي أثارت الاهتمام بالرياضة على كل المستويات ويمكن تلخيص العوامل المؤثرة في النمو الاجتماعي للرياضة فيما يلي :

- تزايد عدد المشتركين في الرياضة .
- تزايد الاهتمام بتحطيم الأرقام القياسية.
- فاعلية الأنظمة والمؤسسات الرياضية .
- اهتمام الأنظمة السياسية بالانجازات الرياضية.
- تزايد وقد الفراغ .
- ارتفاع مستوى المعيشة.
- تزايد الاهتمام بالصحة العامة والرياضة .
- تزايد فاعلية التربية البدنية المدرسية .

أهمية الاعلام الرياضي

للإعلام الرياضي دور متشعب في المجتمع فهو بمثابة المدرسة التي تؤدي عمل المؤسسات الرياضية المختلفة كالأندية الرياضية ومراكز الشباب بل والتعليمية منها ، ويظهر دوره بجلاء من حيث زيادة الوعي الرياضي للجمهور ، و رفع مستوى الثقافة الرياضية وله وتعريفه بأهمية دور الرياضة في حياته العامة والخاصة، (شاكر وشحاذة،2009،470) وكذلك يظهر دور الإعلام الرياضي على المستوى الخارجي من حيث تعريف العالم بحضارة شعوبه الرياضية والذي يعكس بدوره رقي هذه الدول وتقدمها في شتى المجالات (عويس و عطا ،1998، 23)

وتبرز أهمية الاعلام الرياضي في تأثيرها على كل من الجمهور والعاملين في المجال الرياضي فوسائل الاعلام الرياضية أصبحت تتمتع بأهمية كبيرة في العصر الحديث ، فقد أصبح هناك حاجة ملحة لمتابعة الأحداث والأخبار الرياضية في كافة أنحاء العالم ، ويرجع الفضل في ذلك إلى انتشار وسائل الاعلام من جهة والتطور الصناعي المعاصر من جهة أخرى ، حيث انتشر استخدام الراديو والتلفزيون والانترنت والصحف والمجلات باختلاف أنواعها واتجاهاتها مما أدى إلى سرعة انتقال المعلومات (ياسين ،2011، 47)

ويشير موقع الهدف الرياضي http://www.uaegoal.com ( ) أن للإعلام الرياضي دور هام ظهر بجلاء بعد انتشاره على نطاق واسع في القرن العشرين ، ولذلك أخذت الحكومات على اختلاف سياستها الفكرية تخصص القنوات الإذاعية والصحف لرفع مستوى الثقافة الرياضية، وزيادة الوعي الرياضي بين الأفراد، وتعريفهم بأهمية ودور الرياضة في حياتهم العامة والخاصة .

ويؤكد عبد العليم (2010، 5) انه وفي ظل التقدم العلمي و التكنولوجي السريع في المجال الرياضي تبرز أهمية الإعلام الرياضي في تعريف أفراد المجتمع بما يدور من أحداث وتطورات في هذا المجال وذلك في ظل الزيادة الكبيرة لأفراد المجتمع ، وبالتالي صعوبة الاتصال المباشر بمصادر المعلومات والأخبار .

ويذكر الحماحمي ورجب (2006، 101) أن الاعلام الرياضي يهدف إلى تكوين بنية معرفية لدى جمهوره ، مرتبطة بمفاهيم وأهداف التربية الرياضية بوجه عام ، كما يسعى إلى تنمية مكونات الثقافة الرياضية بغرض محو الأمية المرتبطة بالعديد من المفاهيم والقضايا التي يتكون عنها مدركات خاطئة لدى بعض الأفراد، ومساعدة المتابعين للبرامج والفقرات الإعلامية في وسائل الاتصال على التعرف على كل ما هو جديد أو مستحدث في مجال التربية الرياضية .

خصائص الاعلام الرياضي

انعكس الاهتمام الكبير في الرياضة بعد النصف الثاني من القرن العشرين على الاعلام الرياضي الذي كان من بين أهم العوامل التي دفعت إلى هذا الاهتمام الذي ما زال في ازدياد مما جعل لهذا الاعلام خصائص متميزة، أهمها أن الاعلام الرياضي يتميز بجماهيريته إذ يمتلك القدرة على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة ومتنوعة من الجمهور ، كما يقوم الاعلام الرياضي باختيار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب في التوجه إليه من خلال التغطية المتخصصة

للألعاب مثل مجلة متخصصة بكرة القدم أو برنامج عن كرة السلة أو السباحة وغير ذلك من الفعاليات (عويس،25،1998)

والاعلام الرياضي في سعيه لاجتذاب أكبر عدد من الناس باستثناء ما يوجه إلى قطاعات محددة من الناس كالبرامج الرياضية للمعاقين ، ويستجيب الاعلام الرياضي إلى البيئة التي يعمل فيها بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع وحتى يمكن فهمه لابد من دراسة المجتمع الذي يعمل فيه. (ياسين،2011، 49)

وتعكس الصورة في الاعلام الرياضي لحظة مهمة في تطور الحدث الرياضي وتغلب عليها الصفة الإخبارية، إذ يكثر من استخدام الصورة لتوثيق الحدث ومنحة المصداقية والقدرة على الإقناع ، وتتميز لغة الاعلام الرياضي بالحيوية والعفوية والجاذبية والبساطة وكثرة المصطلحات الخاصة باللعبة واستخدام الألفاظ المألوفة، ويتمتع الاعلام الرياضي نسبيا بمساحة أوسع من الحرية إذ قد لا تتاح هذه المساحة نفسها للإعلامي في المجالات الأخرى.(العيثاوي،2009، 72)

أهداف الاعلام الرياضي

ترتكز اهداف الاعلام الرياضي في الجانبين الترفيهي والثقافي للإعلام بصفة عامة ، وعلى ذلك يمكن طرح اهداف الاعلام الرياضي فيما يلي : الترويح عن النفس بما يفيد وينفع ، فليس كل ما يقدم من نشاط رياضي عبر برامج الاعلام الرياضي مفيد ، إحداث التقارب بين الشعوب ، وتحقيق الانسجام الوجداني فيما بينهم ، وتحقيق عائدات اقتصادية ومالية لدعم الجوانب الأخرى في الاعلام (عمر ،2002، 98).

ويذكر عبد القادر (2010 ،35) أن اهداف الاعلام الرياضي تتمثل فيما يلي : تزويد الجماهير بالإخبار التي تتضمن المعلومات اللازمة لها، والتغطية الكاملة للبطولات والأحداث الرياضية المحلية والعالمية ، والتعريف بالأبطال والمثاليين في المجالات الرياضية المختلفة والتركيز على الناشئين ، وتوضيح مفهوم السلوك الرياضي والروح الرياضية ،بالإضافة إلى العمل على نشر الروح الرياضية ، والبعد عن التعصب والكراهية بين أبناء الوطن ، وتوعية وتثقيف الجماهير رياضيا.

كما يهدف الاعلام الرياضي إلى نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالأنشطة الرياضية المختلفة والتعديلات التي قد تطرأ عليها ، والترويح عن

الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق وتخفيف صعوبات الحياة اليومية عنهم (الفيتوري ، 2008 ،100)

ويؤكد عويس(1998، 24) أن نشر المعلومات والأخبار والحقائق المتعلقة بالأحداث الرياضة ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها لكي تكون أمام الرأي العام في المجال الرياضي وإعطاءه الفرصة لاتخاذ ما يراه من قرارات تجاه هذه القضايا والمشكلات هذه هي أهم اهداف الاعلام الرياضي التي ترمي إلى توعية الجمهور وتثقيفهم رياضيا من خلال إمدادهم بالمعلومات الرياضية التي تستجد في حياتهم على المستويين المحلي والدولي .

وظائف الاعلام الرياضي

تكمن وظيفة الاعلام الرياضي في إحاطة الجمهور علما بالإخبار الصحيحة والمعلومات الصادقة الواضحة والحقائق الثابتة والموضوعية التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة أو حادثة أو موضوع هام يتعلق بالجانب الرياضي .(ياسين،2011، 49)

ويحدد شندي (2007، 3) أهم وظائف الاعلام الرياضي فيما يلي :

1- الإخبار والاعلام .

2- الشرح والتفسير والتحليل .

3- النقد والتعليق .

4- تحقيق التكامل والترابط بين أفراد المجتمع الرياضي حيث يمكن للإعلام الرياضي أن يكون أداة للتكامل والوحدة بين أفراد المجتمع الرياضي بانتماءاتهم ورغبتهم في المشاركة في النهوض بالرياضة على جميع المستويات .

5- نقل التراث الرياضي من جيل إلى آخر.

6- التوثيق والتأريخ .

7- التسلية والترويح والترفيه .

8- تقديم الخدمات.

9- التنقب عن الفساد وكشف الانحرافات .

ويذكر عمر (2002 ، 99-100) أن وظيفة الاعلام الرياضي تتمثل في تقديم النقد والتحليل للمنافسات الرياضية لمختلف الألعاب، ورعاية المواهب الرياضية وصقلها وتشجيعها وتقديمها للجمهور للتعرف عليها ، والاهتمام بمختلف انواع الرياضة وذلك تلبية للاهتمامات المختلفة لجماهير الرياضة ، والاهتمام بالمناسبات والمنافسات الرياضية المحلية والعالمية ، بالإضافة إلى الإسهام من تنمية الوعي الرياضي لدى الجمهور عن طريق تعريفه بالنشاطات الرياضية المختلفة وتسليط الضوء على ما يجري فيها من أنشطة.

سلبيات الاعلام الرياضي

يشير عبد العليم (2010، 8) إلى سمات سلبية للإعلام الرياضي التي يعتقد أنها تساعد في تحديد ماهيته وهي كما يلي :

أ - تمركز الإعلام الرياضي حول الأشخاص بدلا من المؤسسات والقضايا الرياضية ، والإعلام الرياضي عندما يتمركز حول الأشخاص يغفل الوظيفة الأساسية له وتزيد فرص تأثيره الآني على حساب التأثير الايجابي طويل المدى.

ب- تحول وسائل الإعلام الرياضي إلى وسائل اتصال أفقي ونعني بها تبادل الرسائل الاتصالية التي تبدو شخصية في وسائل الإعلام الجماهيرية ، وهي رسائل تكون على شكل انتقادات أو عبارات شكر بين العاملين في المجال الرياضي .

ويرى الدسوقي (2010، 8) أن المصدر لهذا النوع من الرسائل يمكن يكون إعلاميا يخاطب إعلاميا آخر أو مسئولا أو لاعبا ويمكن أن يكون الإعلامي مجرد وسيط لتخاطب ثنائي بين العاملين في الوسط الرياضي من مسئولي الأندية واللاعبين والمدربين والحكام ومسئولي الجهات الرسمية أو الهيئات وغيرهم والمفترض أن وسائل الاتصال الجماهيرية وسائل اتصال راسي بين المؤسسة الإعلامية والجماهير وهو اتصال بالاتجاهين يهدف إلى خدمة المتلقي والمصلحة العامة ولا يهتم بالأهداف الخاصة.

جـ - التحيز: يظهر التحيز في الإعلام الرياضي مباشرا أحيانا وغير مباشر في بعض الأحيان ، فيقوم بتضخيم الحقائق ، أو التقليل من شأنها وتشويه الحقائق ، أو إغفالها ، أو تفسيرها تفسيرا غير موضوعي ، وليس في هذا دعوة للتجرد من الميول ولكنها دعوة

لإبراز الميول بموضوعية دون المساس بالحقائق ودون الإساءة للآخرين مسئولين وكتابا ولاعبين وعاملين في المجال الرياضي وقبل ذلك وبعده دون الإساءة لقطاعات جماهيرية مهما كانت محدودة،كما أنها دعوة للوسائل الإعلامية لتحقيق عدالة إعلامية، وذلك بإتاحة فرص متكافئة للوسائل الاتصالية ذوات الميول المتباينة .

الاعلام الرياضي الحديث

يؤدي الاعلام الرياضي عبر وسائله المختلفة دور كبيرا في رسم الصورة الجديدة للحركة الرياضية ، ويساهم بشكل كبير في إبراز أهمية التربية البدنية والرياضية وما تتناوله هذه الوسائل من توضيح لمفهوم التربية الرياضية وأهميتها للناس ، ودفعهم إلى أن يتحولوا من مشاهدين إلى ممارسين للألعاب طلبا للياقة البدنية و الصحة الجسمية، والاستجمام وما تحققه المشاركة من راحة نفسية وجسدية

(خالد غولي ،http://www.middle-east-online.com/?id=67499)

وقد ساهم ظهور التلفزيون في خلق منافسة حادة مع الصحف لجذب واستقطاب الجمهور إلى الرياضة ،والدفع إلى إصدار الصحف والمجلات الرياضية المتخصصة، واللافت للانتباه زيادة عدد الصحافة الرياضية في بريطانيا على أي نوع من انواع الصحف المتخصصة الأخرى ، وهذه الصحف لا تقتصر مادتها على ما تخصصت فيه و لاكنها تعطي قدرا ضئيلا من الاهتمام بموضوعات أخرى إلى جانب ما تنشره من مواد متخصصة في الشؤون الرياضية (الهيتي ،2011، 213)

ويحظى الاعلام الرياضي بأهمية فائقة بالعديد من الدول ، وبالخص المتقدمة منها والتي تخصص له ميزانيات ضخمة، وبعصر الاستثمار و الاحتراف في المجال الرياضي أصبح قبلة لكبار المستثمرين ، والذي يمكن أن يعطيهم أرباحا خياله فيما لو تم توظيف أموالهم وفق رؤية إستراتيجية مدروسة بإمعان ، كما أصبح الاعلام الرياضي في العديد من الدول يواكب جميع الأحداث وليس الرياضية منها فقط بل كل ما تهم المواطنين ، والاعلام الرياضي جزء لا يتجزأ من منظومة الاعلام العامة وربما يكون بحسب رأي العديد من الإعلاميين من أهم مكونات الاعلام نظرا لاهتمام شريحة واسعة من الجماهير بمتابعته اليومية ، ولان الرياضة من الأنشطة التي يمارسها الإنسان بشكل يومي.(الرويشد ، 2012، 21)

ولوسائل الاعلام الرياضي دور كبير في دفع الرياضيين لتحقيق الانجاز الرياضي وإشاعة الروح الحماسية الشريفة وربط الأداء بسمعة البلد ، كما أن دورها أصبح أكثر أهمية في تحديد مكامن الخلل وتأثير المسارات الصحيحة للنهوض بالقطاع الرياضي باتجاه التربية البدنية لأبناء المجتمع، والرياضة للنخبة المتميزة من الرياضيين الذين يطمحون لتحقيق الانجاز الأفضل باعتبار وسائل الاعلام نافذة لكل ما هو متقدم يطل عن طريقه المختصون على احدث ما توصلت إليه النظريات والبحوث والدراسات العلمية ، فضلا عن دورها في نشر الثقافة الرياضية لقطاعات واسعة من الجماهير وصولا لخلق وعي رياضي متميز يسهم في تطوير الرياضة وتقدمها . (قطشة ، 2010، 7)

وأسهمت وسائل الاعلام الجماهيرية في تغيير عالم الرياضة حيث حولته من مجرد منافسات ترفيهية للهواة في القرن التاسع عشر، إلى تكنولوجيا وأعمال تركز على المشاهد في القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين ، وان الرياضة و وسائل الاعلام مؤسستان تنظيميتان لهم أسباب مختلفة للوجود والبقاء مثل العاملين والمتطلبات المهارية والعلاقة مع الجهات الحكومية والأهلية، فالرياضة تتطلب جهدا بدنيا لتحقيق الانجاز العالي ووسائل الاعلام تستدعي مهارة وقدرة علي صياغة الرموز بمعنى أنهما مجالان مختلفان برغم وجود الأسباب التي تجبرهما على الارتباط معا في علاقة مستمرة ولكن بمرور الوقت على مدى القرن الماضي أصبحت الحدود الفاصلة بين المجالين باهته لدرجة لم تعد مرئية أحيانا (طاهر ، 2009، 152)

دور الاعلام الرياضي في تغيير الموقف أو الاتجاه الرياضي

يقصد بالموقف رؤية الإنسان لقضية أو شخص ما وشعوره تجاهه وعلى هذا الموقف يبني الإنسان على أساسه حكمه على الأشخاص الذين يصادفهم والقضايا التي يتعرض لها ، هذا الموقف قد يتغير سلبا أو إيجابا ، رفضا أو قبولا، حبا أو كرها ، وذلك بناء على المعلومات أو الحيثيات التي تقدم للإنسان. (الشميمري ،2010 ، 9)

ويقوم الاعلام الرياضي من خلال ما يبثه من معلومات رياضية على تغيير النظرة الضيقة من جانب البعض للرياضة حيث يعتبرونها مضيعة للوقت من خلال قدرته على تغيير مواقفهم تجاه بعض الأشخاص الرياضيين والقضايا الرياضية المعاصرة فيتغير بالتالي حكمهم على هؤلاء الأشخاص وتلك القضايا .(ياسين ،2011، 92)

فمثلا حينما يمدنا الاعلام الرياضي بعشرات الأحداث والمواقف عن احد الفرق الرياضية والتي يظهرها أعضاء هذا الفريق من عنف داخل الملعب والذي قد يتمثل في الاعتراض على قرارات

الحكام أو الاعتداء عليهم ،أو الاعتداء على لاعبي الفريق الآخر أو غير ذلك من مظاهر العنف، تكون النتيجة أن القارئ قد يغير موقفه من هذا الفريق ويصبح هذا الفريق له سمعه غير طيبة ويرتبط اسمه بكل أحداث العنف أو الشغب داخل الملعب ، ومن الأمثلة الأخرى الموقف من حال العداء إلى حال المودة أو العكس بين جماهير بعض الأندية حيث يقوم الاعلام الرياضي لتلك الأندية والمتمثلة في جريدة كل نادي بدور كبير في تشكيل موقف الجمهور ضد جمهور النادي الآخر مستغلا في ذلك على سبيل المثال انتقال احد لاعبي الفريق من هذا النادي إلى نادي آخر ،

ولا يقتصر تغيير الموقف والاتجاهات على الافراد والقضايا الرياضية بل يشمل بعض القيم وأنماط السلوك الرياضية فكثيرا ما قبل الناس سلوكا كانوا يأنفونه ويشمئزون منه ، وكثيرا ما تخلى الناس عن قيم كانت راسخة واستبدلوا بها قيما دخيلة كانت موضوع استهجان فيما سبق .
(عويس وعبدالرحيم ، 1998، 43)

دور الاعلام الرياضي في تغيير المعرفة الرياضية

المعرفة الرياضية هي مجموع كل المعلومات الرياضية لدى الفرد وتشتمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي ، وكذلك السلوك الرياضي فهي بذلك اعم واشمل من الموقف أو الاتجاه ، أن التغير في المواقف طارئ وعارض سرعان ما يزول بزوال المؤثر أما التغيير المعرفي فهو يمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمنا طويلا. (الشماس ، 39، 2004)

ويؤثر الاعلام الرياضي في تكوين المعرفة الرياضية للأفراد من خلال عملية التعرض الطويلة المدى له باعتباره مصدر من مصادر المعلومات الرياضية للأفراد فيقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لموضوع رياضي لدى الافراد وإحلال أصول معرفية رياضية جديدة بدلا منها . (الشميمري www.saudimediaeducation.org)

أن تأثير الاعلام الرياضي في طريقة تفكيرنا وأسلوب تقييمنا للأشياء من خلال ما نتلقاه منه من معلومات رياضية يؤدي إلى تحول في قناعاتنا ومعتقداتنا الرياضية ، فالعقائد الرياضية حصيلة المعرفة الرياضية التي اكتسبناها ، فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات يستطيع أن يحدث تغيير في المعرفة الرياضية لدى الجمهور متى استطاع أن يوظف بعض المتغيرات كشخصية الإنسان وخبرته في بيئته الاجتماعية والرياضية وتشكيلة الثقافي ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي المضادة في المجتمع ، ويوجهها على إيقاع واحد متناغم يعجل بتغيير المعرفة الرياضية حسب الاتجاه حسب الاتجاه الذي يريده سواء ضد ما هو قائم ومناهض له أو مع ما هو قائم وداعم له .
(عويس وعبدالرحيم ، 1998، 45)

دور الاعلام الرياضي في التنشئة الإجتماعية في المجال الرياضي

لم يعد الاعلام الرياضي مجرد مساهم صغير في عملية التنشئة بل أصبح عامل هام ومؤثر في هذه العملية ، لقد دخل الاعلام الرياضي كل بيت وخاطب النشء والشباب والكبار واقتحام كل ميدان من ميادين الرياضة المختلفة مرورا بالثقافة الرياضية إلى الترويج الرياضي (ياسين،94، 2011) ويتعامل كثير من الناس مع الاعلام الرياضي على انه مجرد أداة ترفيه أو مصدر للأخبار الرياضية ليس أكثر ، أن هذه النظرة تعد نظرة ضيقة إذ ليس هناك ترفيه بريء ولا أخبار محايدة أن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه في الاعلام الرياضي لا يخرج عن إزالة قيمة من القيم السلبية في المجال الرياضي وتثبيت أخرى محلها ايجابية أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لأخر قادم وهذا هو المقصود بالتنشئة الاجتماعية في المجال الرياضي .(الحضيف ،1997، 38)

ويمكن تطبيق ذلك على المثال التالي :

أن مشاهدة الفرد مثلا لتمثيلية تليفزيونية ساخرة تعرض مواقف مضحكة لشخص متعصب في تشجيعه لفريق ما والفرد المشاهد قد يفرط في الضحك لان ما يراه فعلا يثير الضحك لطرفته ، القيمة المشحونة في رسالة إعلامية كهذه لا يراها ذلك الشخص وهو يشاهد على ما يعتقد انه تسلية أو ترويج يرى تلك القيمة هي التي تسلل إلى اللاشعور لتشكل موقفا أو اتجاها من التعصب ، أن الفرد سيكون اقل تجاوبا مع الرسالة الإعلامية التي تقول له بشكل مباشر كمقالة في صحيفة مثلا : أن التعصب أسلوب غير حضاري وأمر مزعج ومثير للسخرية ، في حين انه قبل هذا الرأي حينما تم عرضه عليه من خلال تلك التمثيلية (عويس وعبدالرحيم ، 1998، 46)

ويقوم التلفزيون بدور هام كوسيلة إعلامية هامة لنشر الوعي الرياضي عن طريق البرامج الرياضية التي توثر في نشر الوعي الرياضي وذلك لما للتلفزيون من مزايا عديدة ، إذ انه قد أصبح من أكثر وسائل الاتصال انتشارا وأقواها تأثيرا وذلك لأنه يستحوذ على اهتمام كبير من جانب الجماهير أكثر من الوسائل الأخرى ، وبهذا فان للتلفزيون دور فاعل ومؤثر في تحقيق اهداف التربية الرياضية وكذلك تحقيق الكثير من وظائف الاعلام التي تتلخص في التنشئة الاجتماعية والترفية والتوجيه والتعليم للفرد (الهنداوي ، 2004، 14)

دور الاعلام الرياضي في الإثارة الجماعية

من خصائص الاعلام الرياضي قدرته على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور ، وهذا يمثل وجه من الوجوه الايجابية للإعلام الرياضي إلا أن الوجه السلبي له يتمثل في إساءة استخدام ذلك . (الصقور ،2012، 30)

وعملية الإثارة الجماعية يمكن أن تحدث في أي وقت لكنها انجح ما تكون في وقت الأزمات كالسخط الجماهيري الذي يحدث نتيجة هزيمة بعض الفرق وخاصة الفرق القومية وخروجها من إحدى البطولات الدولية. (ياسين،95،2011) ، ولتجنب مثل هذه الأزمات لابد أن يتميز الاعلام الرياضي بالموضوعية في تقديمه للمادة الإعلامية ، وان يضع الأمور في نصابها الصحيح بعدم المغالاة والمبالغة فيها ، وان يعمل على تهيئة الجماهير لمثل هذه الأزمات على أساس أن الرياضة فوز وهزيمة وحتى يكون هناك غالب لابد وان يكون هناك مغلوب فالرياضة مجال للتنافس الشريف تحث على الكفاح، وبذل الجهد أما النتيجة فيكون للتوفيق دور كبير فيها وهذا هو الهدف الأسمى للرياضة (عويس وعبدالرحيم ، 1998، 47)

ويرى الباحث أن الاعلام الرياضي في البطولات الرياضية الدولية يقوم بمهمة الحشد الجماهيري لضمان مؤازرة فرقها القومية حيث تعمل وسائل الاعلام على استنهاض الحس الوطني للجماهير لدفعها إلى الالتفاف حول الفريق من اجل تحقيق الفوز وهذا ما يسمى بالإثارة الجماعية .

دور الاعلام الرياضي في الاستثارة العاطفية

يتمتع الاعلام الرياضي بقدرة فائقة في التعامل مع عواطف الإنسان من خلال استخدامه لأساليب العرض بما تملكه من إمكانات تخاطب الفكر والوجدان فمثلا: يستطيع الاعلام الرياضي أن يجعلنا نتعاطف مع الضحية بل ونبكي معها حينما يعرض لنا مشاهدة المعاناة والألم التي تعرضت لها كاعتداء الجمهور على حكم إحدى المباريات مما أودى بحياته. (الشماس،44،2004)

وفي أحيان أخرى نشعر بالحزن والأسى حينما نقرا في إحدى الصحف عن لاعب أصيب إصابة خطيرة تمنعه من اللعب مدى الحياة فالإعلام الرياضي بما يقدمه من معلومات يجعلنا نحب أو نكره نشجب أو نتضامن ندين أو نؤيد، فمثلا قد يقدم لنا الاعلام الرياضي مبررات لهزيمة فريقنا القومي وخروجه من بطولة ما نتيجة لظلم الحكام على الرغم من أن هذه المبررات قد لا تقوم على سند صحيح .

كما أننا في الوقت نفسه وبناء على تلك المعلومات الخاطئة قد نكره حكام هذه المباراة ولا نحزن للأذى الذي قد يتعرضوا له من الجماهير وتجاهله لإدانة أو شجب هذا السلوك غير الرياضي من جانب هذه الجماهير بحجة أنهم السبب في هزيمة الفريق وخروجه من البطولة .(عويس وعبدالرحيم ، 1998، 47)

دور الاعلام الرياضي في الضبط الاجتماعي في المجال الرياضي

تعد وسائل الاعلام من أهم أدوات عملية الضبط الاجتماعي لكونها ذات طبيعة جماهيرية ، واعتماد الناس عليها يجعلها قادرة على أن تجمع الناس وتحدد لهم ما يصح وما لا يصح (الشماس،2004، 44).

والضبط الاجتماعي في المجال الرياضي هي سلطة غير المرئية التي يحسب الفرد حسابها سواء كان لاعبا أو مشاهد أو مدربا أو غير ذلك أثناء إجراء المنافسة الرياضية فتجده يتصرف بطريقة متفقة مع النظام القائم من قواعد وقوانين منظمة للعبة بغض النظر عن رضاه أو قناعته بذلك في ظل عدم رؤية الحكم له بالنسبة للاعب أو المدرب أو في ظل غياب رجل الأمن بالنسبة للجمهور .(ياسين ،2011، 97)

فأحيانا يحدث في مباريات كرة القدم أن يقوم بعض اللاعبين بالاعتداء بالضرب على اللاعب المنافس من خلف ظهر الحكم ، فالإعلام الرياضي بما يملكه من إمكانيات وقدرات كبيرة يمكنه من التأثير الايجابي والفعال في الجمهور واللاعبين فيحقق لنا الضبط الاجتماعي المنشود في المجال الرياضي بما يتيح الفرصة للاعبين للتنافس والإبداع والجمهور بالمشاهدة والاستمتاع (عويس وعبدالرحيم ، 1998، 49-50)

دور الاعلام الرياضي في صياغة الواقع

يقصد بالواقع ذلك الجزء الذي يعرضه أو ينشره الاعلام الرياضي حول الأحداث والقضايا والموضوعات الرياضية المعاصرة داخل المجتمع الرياضي حيث يبدو وكأنه واقعي وطبيعي ومعبر عن الحقيقة. (الحضيف،1998، 36).

وهذا ما يجب أن يكون عليه الاعلام الرياضي ولكن في أحيان أخرى قد يتجاهل الاعلام الرياضي صياغة هذا الواقع فمثلا قد يكون عدم اهتمام الناس بنوع من الرياضة هو السمة السائدة في مجتمع ما، لكن الاعلام الرياضي من خلال تركيزه على جزء صغير من المجتمع يهتم بهذا النوع من الرياضة يعطي انطباعا مختلف عن الواقع الحقيقي السائد في هذا المجتمع (عويس وعبدالرحيم ، 1998، 52)

جمهور الاعلام الرياضي

يحدد الجبور (2012، 57) سمات جمهور الاعلام الرياضي فيما يلي :

أ. جمهور ضخم ومتنوع وغير متجانس .

ب. جمهور مبادر وايجابي يبحث عن الأحداث الرياضية ويسعى للاطلاع عليها.

ت. جمهور انتقادي ومطلع على القواعد والقوانين والأنظمة .

ث. جمهور مزاجي وعاطفي ومتقلب يصعب إرضائه.

ج. جمهور يهتم بما هو إخباري وفوري ومثير .

ح. جمهور متحيز .

خ. جمهور ليس لديه تقاليد راسخة وعميقة تتعلق بالذوق والسلوك وطريقة التعبير عن المواقف.

ويقسم شفيق(2006،) جمهور الاعلام الرياضي إلى :

1- جمهور يشاهد الحدث الرياضي .

2- جمهور يريد معرفة محصلة الحدث الرياضي .

3- جمهور لا يعرف محصلة الحدث الرياضي .

القنوات الفضائية

شهد العقد الأول من القرن الحالي ثورة هائلة في كافة المجالات الحياتية، ويعود ذلك إلى عدة أسباب من أهمها الثورة المتصاعدة في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات ، ومن رحم هذا المجال ظهر البث الفضائي، والذي حول العالم إلى قرية الكترونية صغيرة منزوعة الحدود السياسية والجغرافية ، وغدت الأحداث تجري على مرأى ومسمع من شعوب العالم وفي متناول الفرد لحظة وقوعها، نتيجة التغطية الفورية والآنية للأحداث في أي بقعة في العالم (الدنمي ، 2009، 3).

وأضفت النقلة النوعية التي طرأت على التلفزيون من البث باللونين الأبيض والأسود إلى البث بالألوان معنى جديدا للاتصال والتأثير في الآخرين ، ثم تطور التلفزيون من دائرة مغلقة تخدم مؤسسة أو هيئة إلى محطة وطنية ثم دولية من خلال مواكبته التكنولوجيا وانتشار الأقمار الصناعية ليصبح محطة بث عالمية أي ما يطلق عليه بالفضائية (عطوان ،2009، 8)

وفي ظل التطور التكنولوجي للبث التلفزيوني شهدت السنوات القليلة الماضية ظهور عدد كبير من الفضائيات الأجنبية والعربية وتنوع اختصاصها وبرامجها وأهدافها وجمهورها المستهدف ، ويعود سبب الظهور الكمي والنوعي إلى التزايد المتعاظم للفضائيات في كافة المجالات الحياتية ولكافة شرائح الناس مع التركيز على أهم وأكبر الشرائح ألا وهي شريحة الشباب ، والتي تعد الأكثر مشاهدة ، والأكثر استهدافا من الفضائيات بالإضافة إلى أنهم الأكثر تأثرا بوسائل الإعلام، وبما أن الشباب يشكلون الشريحة الأكبر في المجتمعات العربية، بحكم أن المجتمعات العربية مجتمعات فتية شابة معظم أفرادها من الشباب (الغرايبة ، 2001 ،)

ويصنف الكناني (2012، 124) القنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة إلى قنوات متخصصة على أساس المضمون مثل القنوات التلفزيونية الفضائية الرياضية ، وقنوات أفلام الكارتون وغيرها ، وقنوات متخصصة على أساس الشكل مثل القنوات الإخبارية كالجزيرة والعربية ،وقنوات متخصصة على أساس الشكل والمضمون ، وهي قنوات تقدم مضمونا واحدا بشكل صحفي واحد ، مثل قنوات عالم الحيوان التي تقدم مضمون واحد على شكل أفلام وثائقية ، وقنوات تقدم أكثر من مضمون بأشكال صحفية متعددة مثل القنوات الإخبارية التي تقدم مضامين سياسية ، واقتصادية ، ورياضية وغيرها ، على أشكال صحفية مختلفة كنشرة الأخبار والتقارير والبرامج الحوارية .

وقد أضحى جمهور الفضائيات يتحدد حسب طبيعة تخصصها وبرامجها، لان هذا التحديد ضاعف مدى الاهتمام للجمهور في تخصص معين ولفضائية أو أكثر ، كما أن للتحديد صلة مباشرة ومؤثرة في عدد الإعلاميين العاملين في الفضائية وعمليات التكلفة والربح كذلك مدى اهتمام الجمهور في برامج هذه الفضائية والهدف أو الغاية التي ترغب الفضائية في الوصول إليها وتحقيقها (عطوان ، 2009، 133)

ولوسائل الاعلام دورا كبيرا تتفاوت شدته حسب المجتمعات ومدى انتشار الاعلام المرئي فيها، حيث أصبحت هذه الوسائل تدخل في كل جوانب الحياة من أدب وثقافة وسياسة ورياضة، كما أن دخول الاعلام العربي عالم الفضاء وانتشار القنوات الخاصة كان له اثر كبير في إثراء الثقافة وتواصل الشعوب وازدياد الوعي (عواد ،2010، 171)

القنوات الفضائية وحقوق البث التلفزيوني للأحداث الرياضية

شهد مطلع العشرينات من القرن الماضي بداية نقل المسابقات و الفعاليات الرياضية ، إذ غطت هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) مباريات لعبتي الركبي والزوارق و كان المردود المادي من وراء ذلك النقل قليلا و قد حققت موارد النقل ارتفاعا ضئيلا عندما جرى نقل نزالات المصارعة عام 1935، وبعد أن تطورت تكنولوجيا الاتصال من الصوت و الصورة بدأت عملية تسجيل الأفلام عن الأحداث الرياضية و كان العرض يتم غالبا بعد أسبوع (العيثاوي ، 2009، 75).

و كان عام 1937 عاما مميزا للعلاقة بين الرياضة و التلفيزيون إذ شهد نقلة نوعية ، فقد تمتع سكان لندن بعرض أول مباراة نقلت على الهواء تليفزيونيا من ملعب ومبلدون واستغرق خمسا و عشرين دقيقا ، وعلى الرغم من أن النقل أنجز بواسطة كاميرا مثبتة جعلت اللاعبين يظهرون بأشكال صغيرة جدا إلا أنها كانت تجربة ناجحة وجيدة ونقطة انطلاق إلى ما بلغته صناعة الرياضة في التلفيزيون في ما بعد (الباحوث ، 2000، 43) .

وفي غضون عشرة أعوام تطورت وسائل النقل التلفزيوني للدورات و البطولات الرياضية وكانت ذروتها نقل فعاليات الدورة الاولمبية التي أقيمت في لندن عام 1948 ، وبالرغم من أن مساحة البث لم تتجاوز أكثر من خمسين ميلا إلا أنها كانت تطورا مهما في هذه العلاقة التي

شهدت نقلة مهمة أخرى عام 1949 بعد أن دخلت عدسات زوم إلى الخدمة مما جعل الصورة التليفزيونية تبدو قريبة (الباحوث ، 2000، 43) .

واستمر تطور عرض المادة الرياضية في التلفزيون مما يقع في إطار الوظيفة الترفيهية للتلفزيون الذي يمكن تحديد أهم وظائفه بأنها إعلامية وترفيهية وثقافية (مرزوق ، 1979، 81) .

وكانت الوظيفية الترفيهية في بداية ظهور التلفزيون هي الأساس في در الأموال كما كان الحال في الولايات المتحدة الأمريكية حيث الاهتمام الأكبر ينصب على نزالات المصارعة وبرامج (ملتون بيرل) وهي برامج إستعراضية اشتهرت في أواخر الأربعينات وأوائل خمسينات القرن العشرين (العيثاوي ، 2009، 76) .

وارتسمت خطوات التطور في العلاقة بين الرياضة و التلفزيون بعد نقل منافسات وأحداث الدورة الاولمبية (18) التي أقيمت في العاصمة اليابانية طوكيو ونقلت مجرياتها إلى (39) بلدا حتى أصبحت لا توجد قوة في بناء واقع إعلامي للرياضية حول العالم أقوى من التلفزيون التجاري والنظام المؤسساتي للقيمة الذي يتشدد على جني الأرباح ورعاية البرامج التوسعية التنافسية . (114،1998،Real.M.R)

لقد توطدت العلاقة بين التلفزيون والرياضة بل أن يدا طولى للتلفزيون أصبحت تسيطر في الكثير من الأحيان وبرامج دوراتها وبطولاتها ،لان الرياضة لم تعد قادرة على الاستغناء عن العوائد المالية الكبيرة التي تحصل عليها من وراء حقوق البث التلفزيوني حتى أن مؤسسات إعلامية كبرى سارعت إلى امتلاك أندية رياضية مشهورة ، كما فعل رئيس وزراء ايطاليا بيرلسكوني الذي اشترى نادي ميلان وكما سعى روبرت مردوخ احد أباطرة الاعلام في العالم لشراء نادي مانشستر يونايتد الانكليزي (الباحوث ، 2000، 43).

وباتت الرعاية و النقل التلفزيوني من أهم مفاصل أو مفردات السياسة التسويقية للأندية الكبرى في العالم ، ومنها نادي يوفونتس الايطالي الملقب ب (السيدة العجوز) إذ تتهافت محطات التلفزيون على نقل مبارياته فهو يرتبط بعقود رعاية مع شركتين وليس شركة واحدة مثل باقي الأندية العالمية ، فهو يضم شعار شبكة تلفزيونية على قميصه في المباريات المحلية في الدوري الايطالي ويضع شعار شركة (تامويل) النفطية الليبية على قميصه في المباريات الأوربية وفي الرابع والعشرين من كانون الأول (ديسمبر) عام 2005 ضمن النادي دخلا يصل إلى 220 مليون يور من خلال بيع حقوق بث مبارياته في الدوري الايطالي محليا ودوليا لموسمين ولشبكة (ميدياسات) الايطالية التي وافقت على دفع مبلغ 108 ملايين يور مقابل حقوق مباريات موسم

2007 -2008 ودفع 110 ملايين يور مقابل حقوق مباريات موسم 2008 -2009 ومبلغ 30 مليون يور مقابل الحصول على خيار تمديد العقد لموسم 2009 -2010 (حميد ، 2006، 73) .

مرت حقوق البث التلفزيوني للأحداث الرياضية بثلاث مراحل منذ أن بدأت العلاقة بين الرياضة والتلفزيون وهي :

1- مرحلة سيادة التلفزيون : امتدت هذه المرحلة من الثلاثينات إلى منتصف سبعينات القرن الماضي ، حيث سعى منظمو الألعاب الرياضية إلى البحث عن الانتشار الواسع للرياضة من خلال التلفزيون ، ولم يطالبون بحقوق البث ، وان وجدت فقد كانت رمزية ، ولم تكن البرامج الرياضية في هذه المرحلة تزيد على الخمس في المائة من الحجم الإجمالي للبرامج ، وأدى غياب الإعلان في الكثير من القنوات التلفزيونية إلى افتقاد البرامج الرياضية لقيمتها التجارية .

2- مرحلة الدفاع عن المصالح : بدأت هذه المرحلة في منتصف سبعينات القرن الماضي، وامتدت حتى آخر الثمانينات فيه ، حيث ظهر النزعة التجارية لدى الاتحادات الرياضية التي طالبت القنوات التلفزيونية بدفع حقوق البث بقمة اعلي مما كانت عليه في السابق ، وأدى ذلك إلى التكتل بين طرفي المعادلة فالأندية الرياضية التفت حول اتحاداتها ، في حين تجمعت القنوات التلفزيونية في إطار اتحادات مهنية ، وأصبح الاتحاد الدولي لكرة القدم واللجنة الاولمبية الدولية في طليعة المنظمات التي تحرص على ضمان المنضوين تحت لوائهما من اتحادات ولجان وطنية من عائدات حقوق البث التلفزيوني ، وقد ساعد تكتل القنوات التلفزيونية على أن تظل حقوق البث في حدود معقولة .

3- مرحلة السوق المفتوحة : بدأت هذه المرحلة في تسعينات القرن الماضي الذي شهد انفجار البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية وازدياد عدد القنوات الخاصة لاسيما المتخصصة منها في الرياضة ، مما أشعل التنافس بين القنوات في مجال حقوق البث التلفزيوني للأحداث الرياضية ، وكانت نتيجة هذا التنافس ارتفاعا مذهلا في مبالغ حقوق البث للأحداث الكبرى مثل بطولات كأس العالم لكرة القدم ، والدوريات الاولمبية .

القنوات الفضائية الرياضية العربية المتخصصة

وتعد قناة ART الرياضية أول قناة فضائية عربية متخصصة، حيث بدأ إرسالها يوم ١٦نوفمبر ١٩٩٣م ، ولمدة ست ساعات يوميا ،.(الزهراني ، 2009، 23)

انفقت ART مبالغ ضخمة لنقل الأحداث الرياضية في عام 2010 حصلت على حقوق بث كأس العالم ، وعرضت أسعار الاشتراك فيها دون مضاعفة للمواطن العربي ، كما قامت بنقل الأحداث الرياضية العربية حيث أنفقت قرابة 80 مليون دولار لشراء سيارات النقل الخارجي ، والتي تم توزيعها على كل من ملاعب الاردن ، والسعودية ، ومصر ، والسودان (الياسين ،2011، 302) .

وفيما يلي عرض للقنوات الرياضية التي تقوم ببث مباريات كرة القدم الأوروبية :

قناة الجزيرة الرياضية :

بدأت القناة الرياضية بثها التجريبي في 30 من آب من عام 2003 ، وامتازت ببداية قوية، حيث تم عرض مباريات الدوري الاسباني أيام السبت والأحد من كل أسبوع . وما هي إلا أسابيع قليلة حتى بدأت الرسمي والمثبت في الأول من تشرين لعام 2003(العبد ، 2006، 56)، كبداية بدأت كقناة واحدة وما إن مضى سنتان على ولادتها حتى أصبحت في 27 من آب لعام 2005 أربعة عشر قناة بين مشفرة ومجانية ، وقامت الجزيرة الرياضية بالعرض المباشر والمجاني لكاس أمم أوروبا عام 2004 ، ونقلها الحصيري للدوري الاسباني لموسمي (2003-2004) و (2004-2005) على القمري نايل سات وعربسات ، ومع نهاية الموسم الرياضي (2004-2005) طالبت الشركة مالكة حقوق البث للدوري الاسباني قناة الجزيرة بتشفير البطولة الاسبانية ، بحجة أن القمر الصناعي نايل سات يغطي في بثه أجزاء من اسبانيا ، والجزيرة الرياضية لا تمتلك حقوق بثه في تلك المنطقة ، استجابة القناة لمطالب الشركة الناقلة واضطرت أن تبث مشفرة مع بداية الموسم الرياضي (2005-2006) على أن يكون ثمن الاشتراك فيها رمزيا (الكنناوي، 2008)

وفي (24-11-2009) قامت الجزيرة الرياضية شراء قنوات (art) الرياضية ، لتنتقل حقوق البث إلى الجزيرة الرياضية بما فيها بطولتي كاس العالم في جنوب افريقيا والبرازيل ، لتضاف إلى رصيدها إلى جانب البطولات الأخرى كبطولة دوري أبطال أوروبا والدوري الاسباني والدوري الايطالي ، وانطلقت رؤية الجزيرة الرياضية من رسالة عالمية واضحة

اساسها أن الرياضة وسيلة لتخطي الفوارق والاختلافات بين البشر ، بل أنها جسر للحوار والتفاهم والتقارب وقبول الآخر بالإضافة إلى دورها الفعال في الحد من مشاكل الإنسانية وإفشاء السلم العالمي (موقع الكتروني ويكيبيديا http://ar.wikipedia.org/wiki تاريخ الدخول 25-3-2012)

تبنت قناة الجزيرة الرياضية جملة من الأهداف وسعت إلى تحقيقها تمثلت في : العمل على رفع كفاءة الإعلام الرياضي العربي المرئي من خلال تناول القضايا الرياضية العربية بأسلوب علمي منظم يستند على التحليل والتشخيص ، وضع الحلول والبدائل ، العمل الفوري على تغطية الإحداث الرياضية العربية والعالية بأقصى درجة ممكنة من المهنية والموضوعية والحياد ، تطوير الفكر العربي الرياضي من خلال نشر الثقافة الرياضية بحيث يشكل أضافه إلى الفكر العالمي في هذا المجال (موقع الكتروني قناة الجزيرة الرياضية:http://www.aljazeera sport.net تاريخ الدخول 21-3-2012)

قناة دبي الرياضية :

انطلقت قناة دبي الرياضية عام 1998 لتكون صرحاً إعلاميا يتماشى مع لقب مدينة دبي كعاصمة للرياضة في الشرق الأوسط حيث يغطي بثها الرقمي غير المشفر العالم بأكمله. ولقد منحها مشاهدوها لقب (قناة المشاهير) لجهودها المتواصلة في نقل الفعاليات الرياضية المختلفة المحلية، العربية والدولية، ولذلك عملت 'قناة الجماهير' دائما لتعزيز السمعة الطيبة لدبي ودولة الإمارات العربية المتحدة كبلد مثالي يستطيع استضافة المناسبات والبطولات الرياضية الدولية بجدارة واقتدار لما تتميّز به من تجهيزات متطورة وكوادر إدارية مؤهلة. (موقع الكتروني ويكيبيديا http://ar.wikipedia.org/wiki تاريخ الدخول 25-3-2012)

تتبع قناة دبي الرياضية لمؤسسة دبي للإعلام وهي تختص بالرياضة وتبث على مدى 24 ساعة في اليوم على الأقمار الصناعية عرب سات ونايل سات، وقد تميَّزت القناة بتغطيتها عدداً من البطولات العالمية التي جرت في رحاب دبي وعلى أرض دولة الإمارات العربية المتحدة مثل: كأس دبي العالمي للخيول، بطولة دبي المفتوحة للتنس وبطولة العالم للزوارق السريعة، وتبث القناة الدوري الألماني (حصريا) ودوري الاتصالات الإماراتي وسباقات القدرة والدوري الذهبي وكأس ديفيز للتنس وغيرها من الفعاليات الرياضية.(موقع الكتروني قناة دبي الرياضيةwww.dmi.ae/dubaisports/live.asp; تاريخ الدخول 20- 4- 2013)

قناة ابو ظبي الرياضية :

هي قناة فضائية عربية إماراتية تأسست عام 1969، تبث من أبوظبي برأسها محمد نجيب، وتتبع لشركة أبوظبي للإعلام. وهى قناة رياضية (يسميها المشاهدين بالقناة العالمية)تقوم بنقل الأحداث الرياضية المختلفة على مدار 24 ساعة في اليوم و على مدار الأسبوع .وفي 13 أكتوبر 2008 حققت القناة نقلة نوعية في شكل ومضمون برامجها. حيث طورت من إمكانياتها في نقل الدوري الإماراتي، ووسعت من شبكة مراسليها، وزادت من عدد المحللين المتخصصين في مجال لعبة كرة القدم، كما أطلقت قناة أبو ظبي الرياضية2 لتؤمن تغطية كاملة للأحداث الرياضية بحيث تنقل المباريات التي يصادف وقت عرضها في التوقيت ذاته لأخرى تعرض على قناة أبوظبي الرياضية الأساسية (موقع الكتروني قناة ابو ظبي الرياضية : http://www.adtv.ae/about.php تاريخ الدخول 18 - 4 -2013)

تهدف القناة إلى النهوض بالرياضة المحلية والعربية والعالمية من خلال التركيز على مختلف الأنشطة الرياضية ، ففي عام 2008 بثت الأولمبياد وتخصصت في نقل مباريات الدوري السعودي ، ومباريات الدوري الانجليزي ضمن باقتها المشفرة ، كما أن قناة أبوظبي الرياضية تؤمن تغطية كاملة وشاملة للأحداث الرياضية على مستوى دولة الإمارات والمنطقة بشكل عام (موقع الكتروني ويكيبيديا http://ar.wikipedia.org/wiki تاريخ الدخول 18- 4 -2013)

الفصل الرابع

الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الأول

الإجراءات المنهجية الميدانية

يعرض هذا الفصل وصفا لمنهجية الدراسة وعينتها ، بالإضافة إلى الإجراءات المتبعة في الاستبيان للتحقق من درجة صدقة وثباته ، كما يعرض تقسيما لمتغيرات الدراسة (المستقلة والتابعة) ، وكذلك الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في معالجة بيانات الدراسة وصولا إلى النتائج وتحليلها .

المنهج المستخدم :

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية " التي تستهدف وصف الظاهرة ، والتعرف على عناصرها ومكوناتها مستخدمة جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها من اجل تقديم صورة دقيقة بعيدة عن التحيز للظاهرة المتناولة "(حسين ،2006، 14)

وتعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي ، والذي من خلاله تم جمع المعلومات عن طريق طرح الأسئلة على الجمهور ، حيث تكون المعلومات التي يتم جمعها مصممة بشكل يسمح بترقيمها وتحليلها إحصائيا (حيزان ، 1998 ، 98) .

وتهدف الدراسات المسحية إلى التعرف على الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف (حسين ، 1995 ، 131) أو مجموعة من الناس أو مجموعة الإحداث التي تحيط بظاهرة معينة (عبد المؤمن ، 2008، 287) . وهذا يعني أن المنهج المسحي يحاول إن يصور أو يوثق الظروف أو الاتجاهات الحالية، بحيث يصف ما هو موجود في لحظة زمنية معينة (ويمر ودومينيك ، 1989 ، 164) .

واعتمدت الدراسة بشكل محدد على أسلوب " مسح جمهور وسائل الاعلام " والذي يقع في إطار المنهج المسحي ، ويهدف إلى التعرف على آراء جماهير الوسائل الإعلامية ، وتصنيف الدوافع والحاجات، والمعايير الثقافية والاجتماعية ، وكذلك الأنماط السلوكية وشدتها ومستويات الاهتمام والتفضيل لديها (عبد الحميد ، 2000 ، 159) ، وذلك بهدف الإجابة على أسئلة البحث.

وتهدف الدراسة هنا إلى مسح مجتمع الدراسة والمتمثل في طلاب كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك - ممثلين بطلاب السنة الثالثة ،وطلاب السنة الرابعة - ، ومعرفة مدى

متابعتهم لمباريات كرة القدم الأوروبية ، من حيث الخصائص الديموغرافية المتمثلة بالجنس والمستوى ألدرسي ومكان الإقامة .

العينة ومجتمع الدراسة :

يتألف مجتمع الدراسة من طلبة كلية التربية الرياضية في السنة الثالثة والرابعة ، وتم اختيار عينة ممثلة وفق أسلوب العينة العشوائية البسيطة من طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك . وقد تم اختيار طلبة السنة الثالثة والرابعة لأنهم أكثر معرفة في مجال تخصصهم من طلبة السنة الأولى والثانية .

وبلغ مجموع أفراد العينة في مجتمع الدراسة 554 مفردة موزعة على النحو التالي :

1. 195 مجموع طلبة السنة الرابعة .
2. 359 مجموع طلبة السنة الثالثة .

إجراءات المسح :

تم توزيع (167) استبانه (59 استبانه على طلبة السنة الرابعة في كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك موزعة على النحو التالي 36 ذكور ، و20 إناث ، و111 استبانه على طلبة السنة الثالثة في كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك موزعة على النحو التالي 67ذكور، و44 إناث) إي 30% من مجتمع الدراسة . وبعد استرجاع الاستبيانات وتدقيقها يدويا تبين أن (8) استبانات غير صالحة للتحليل الإحصائي وذلك لنقص البيانات فيها فتم استبعادها .

أداة الدراسة :

تكونت أداة الدراسة من استبانه صممت للتعرف على دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية ، وبناءً على ذلك تم جمع البيانات الخاصة بالدراسة ، للإجابة عن أسئلتها بغية تحقيق أهداف الدراسة.

وتكونت أداة الدراسة من خمسة أجزاء هي :

الجزء الأول : وتعلق بالخصائص الديموغرافية لأفراد العينة مثل : النوع الاجتماعي ، السنة الدراسية ، مكان الإقامة .

الجزء الثاني : واشتمل متابعة القنوات الفضائية الرياضية العربية ، و القناة الرياضية المفضلة لمشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ، والدوريات الأوروبية المفضلة ، وأسباب تفضيلها ، وكيفية المتابعة ، ومكان متابعتها .

الجزء الثالث : دور القنوات الفضائية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو المتابعة ، والدور الذي يقوم المقدمون ، والمحللون ، والمعلقون في جذب المشاهد لمتابعة كرة القدم الأوروبية ، وأسباب التفضيل وعدم التفضيل للمعلقين والمحللين ، كما اشتمل على المعلق والمحلل المفضل ، والقناة الرياضية الأكثر تحيز في التعليق والتحليل بين مباريات كرة القدم الأوروبية التي تبثها ، وأسباب هذا التحيز ، الوسائل الإعلامية المفضلة لمتابعة الإخبار المتعلقة بكرة القدم الأوروبية في غير التلفاز وأسباب متابعتها ، ودور التشفير في الحد من تحفيز المشاهد على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية .

الجزء الرابع : واشتمل على التأثيرات المترتبة على متابعة دوريات كرة القدم الأوروبية عبر القنوات الفضائية التلفزيونية الرياضية العربية .

متغيرات الدراسة :

أولا : المتغير المستقل

وهو دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية

ثانيا : المتغير التابع

وهو تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية.

صدق الأداة وثباتها :

تم التأكد من صدق الأداة بعرضها في صورتها الأولية على عدد من المحكمين الأكاديميين* من ذوي الاختصاص في مجال الاعلام في جامعة اليرموك ، لمعرفة مدى صلاحية

***المحكمون : من كلية الاعلام :**

1- الأستاذ الدكتور محمد هاشم السلعوس،
2- الأستاذ المشارك الدكتور حاتم علاونة
3- الأستاذ المشارك الدكتور علي نجادات
4- الأستاذ المشارك الدكتور محمود شلبية
5- الأستاذ المشارك الدكتور محمود السماسيري
6- الأستاذ المشارك الدكتور حازم العبادي (كلية التربية الرياضية)
7- الأستاذ المساعد الدكتور عادل صادق
8- الأستاذ المساعد الدكتور عبد القادر الحديثي

فقرات الاستبانة من حيث الشكل والمضمون . وبعد تلقي الملاحظات تم تعديل الأسئلة والفقرات المقترح تعديلها لتصبح الاستبانة صالحة للتطبيق الميداني .

ولقد اعتمدت الدراسة على اختبار (Test – Retest) لفحص معدل ثبات الإستبانة . إذ طبق الاختبار على (20) من طلبة السنة الثالثة والرابعة في كلية التربية الرياضية من مجتمع الدراسة ، إذ بلغ عددهم مفردة بفاصل زمني بلغ مقداره أسبوعين ، وقد بلغ معامل الارتباط بين التطبيقين (88.0) وهذا يدل على ثبات الأداة بدرجة عالية.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة :

تم إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة من خلال البرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS ، وقد استخدمت الاختبارات والمعاملات الإحصائية التالية:

- حساب النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والتكرارات لكافة متغيرات وأسئلة الدراسة .

- مربع كاي لإيجاد العلاقة بين المتغيرات .

- اختبار (ت) T test لإيجاد الفروق بين المتغيرات التي تحتوي على بديلين فقط .

- ANOVA تحليل تباين أحادي الاتجاه (F) ، وذلك لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة بين مجموعة من المتغيرات المستقلة والمتغير التابع التي تعزى للخصائص الديمغرافية للعينة المبحوثة .

المبحث الثاني

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها

أولا : الإجابة على تساؤلات الدراسة

خصائص مجتمع الدراسة : يقدم هذا الجزء صورة وصفية عامة لمجتمع الدراسة ، بالاستناد للمتغيرات الديمغرافية كما تلخصها الجداول التالية :

جدول رقم (1) توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النوع الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	97	%61.0
أنثى	62	%39.0
المجموع	159	%100

تشير نتائج الجدول رقم (1) إلى عدد أفراد العينة من الجنسين، حيث بلغت نسبة الذكور (61%) وعددهم (97) مفردة من إجمالي عينة الدراسة المؤلفة من 159 مفردة، بينما بلغت نسبة الإناث (39%) وعددهن (62) مفردة من إجمالي عينة الدراسة المؤلفة من 159 مفردة.

يتبن من النتائج أن عدد الذكور يفوق عدد الإناث وهذا مؤشر على أن إقبال الذكور على تخصص التربية الرياضية أكثر من إقبال الإناث ، وأنهم أكثر تفضيلا لممارسة الألعاب الرياضية من الإناث .

جدول رقم (2) توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن

النوع الاجتماعي / مكان الإقامة	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مدينة	35	36.1%	34	54.8%	69	43.4%
قرية	56	57.7%	28	45.2%	84	52.8%
بادية	6	6.2%	0	0%	6	3.8%
المجموع	97	100%	62	100%	159	100%

يبين الجدول رقم (2) أن نسبة أفراد العينة من الجنسين من سكان المدينة بلغت (43.4%) حيث بلغت نسبة الذكور (36.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (97) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (54.8%) من مجموعهن الكلي البالغ (62) مفردة ، وبلغت نسبة أفراد العينة من سكان القرية (52.8%)، موزعة على النحو التالي (57.7%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (97)مفردة ، و (45.2%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (62)،أما سكان البادية فقد بلغت نسبتهم (3.8%) من الذكور فقط البالغ (97)مفردة ، حيث بلغت نسبتهم (6.2%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (97) مفردة، ولم يشترك احد من إناث البادية في هذه الدراسة .

تشير النتائج الى ارتفاع عدد أفراد العينة من الجنسين ممن اشتركوا في الدراسة من القرى و المدن مقارنة مع البادية وهذا يدل على ان سكان القرى والمدن اكثر تفضيلا للالعاب الرياضية واكثر شغفا بنا من سكان البادية.

جدول رقم (3) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب المستوى الدراسي

النوع الاجتماعي / السنة الدراسية	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
السنة الثالثة	61	62.9%	42	67.7%	103	64.8%
السنة الرابعة	36	37.1%	20	32.3%	56	35.2%
المجموع	97	100%	62	100%	159	100%

يتبين من قراءة الجدول رقم (3) أن أعلى تكرار للسنة الدراسية من الجنسين كان لطلبة السنة الثالثة حيث يشكلون ما نسبته (64.8%) ، إذ بلغت نسبة الذكور (62.9%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (97) مفردة، وبلغت نسبة الإناث من طلبة السنة الثالثة (67.7%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (62) مفردة ، وبلغت النسبة من الجنسين في السنة الرابعة (35.2%) ، حيث بلغت نسبة الذكور(37.1%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (97)مفردة ، وبلغت نسبة الإناث(32.3%) من المجوع الكلي للإناث البالغ (62) مفردة.

توضح النتائج أن عدد المبحوثين المشتركين في هذه الدراسة من طلاب السنة الثالثة يفوق عدد المبحوثين من طلاب السنة الرابعة ، وهذا يعود إلى زيادة عدد طلاب السنة الثالثة في المجتمع الأصلي على عدد طلاب السنة الرابعة .

الإجابة عن السؤال الأول : ما مدى مشاهدة الأفراد لمباريات كرة القدم الأوروبية ؟

جدول رقم (4) توزيع إفراد العينة حسب مشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
المفردات	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	87	89.7%	28	45.2%	115	72.3%
لا	10	10.3%	34	54.8%	44	27.7%
المجموع	97	100%	62	100%	159	100%

يوضح الجدول رقم (4) أن نسبة المبحوثين من الجنسين ممن" يشاهدون مباريات كرة القدم الأوروبية " بلغت (72.3%) ، حيث كانت نسبة الذكور (89.7%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (97) مفردة ، وكانت نسبة الإناث (45.2%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (62) مفردة ، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين "لا يشاهدون مباريات كرة القدم الأوروبية " (27.7%) من المجموع الكلي ، إذ بلغت نسبة الذكور (10.3%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (97) مفردة، وبلغت نسبة الإناث (54.8%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (62) مفردة.

نلاحظ أن هناك إقبال كبير من قبل المبحوثين على مشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية حيث كانت نسبة 72.3% تشاهد المباريات ، ونسبة 27.7% لا يشاهدونها ، وهذا إن دل فإنما يدل على درجة المتابعة العالية من قبل المبحوثين لهذه المباريات .

يلاحظ من قراءة الجدول أن غالبية أفراد العينة يشاهدون مباريات كرة القدم الأوروبية حيث ارتفعت نسبة المشاهدة لدى الذكور عن الإناث ، وهذا يعود إلى أن هذه الرياضة أكثر انسجاما مع طبيعة الذكور وبالتالي فهم يحبذون مشاهدتها أكثر من الإناث .

الإجابة عن السؤال الثاني : أسباب عدم مشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

جدول رقم (5) توزيع إفراد العينة حسب أسباب عدم مشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية

النوع الاجتماعي / الأسباب	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عدم التفرغ	5	45.4%	19	54.2%	24	52.1%
عدم الاهتمام	1	9.0%	8	22.8%	9	19.5%
تفضيل مشاهدة الرياضة المحلية على الرياضة الأجنبية	2	18.1%	3	8.5%	5	10.8%
تشفير القنوات التي تبثها بشكل حصري	3	27.2%	5	14.2%	8	17.3%
المجموع	11	100%	35	100%	46	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

يشير الجدول رقم (5) أن "عدم التفرغ " من أكثر الأسباب التي تؤدي إلى عدم مشاهدة المبحوثين لمباريات كرة القدم الأوروبية وذلك بنسبة (52.1%)، حيث بلغت نسبة الذكور (45.4%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (11) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (54.2%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (35) مفردة ، ثم جاء " عدم الاهتمام " ، بنسبة (19.5%) ، إذ بلغت نسبة الذكور(9.0%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (11) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (22.8%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (35) مفردة ، يليها " تشفير القنوات التي تبثها بشكل حصري " بنسبة (17.3%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (27.2%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (11) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (14.2%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (11) مفردة ، وأخيرا جاء " تفضيل مشاهدة الرياضة المحلية على الرياضة الأجنبية " بنسبة (10.8%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (18.1%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (11) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (8.5%) للإناث البالغ (35) مفردة .

تدل النتائج بان عدم التفرغ من أكثر الأسباب التي تمنع أفراد العينة من مشاهدة مباريات كرة القدم الاوروبية ، وقد يعزى ذلك إلى أن بعض الأفراد منتظمون على مقاعد الدراسة ويعملون وبالتالي قد لا يجدوا الوقت الكافي لمشاهدة هذه اللعبة ، أما الأفراد الذين يعزون سبب عدم مشاهدتهم إلى عدم الاهتمام فربما أن هنالك عدد من الأفراد قد دخلوا كلية التربية الرياضية بغير رغبة منهم وبالتالي فانه من الطبيعي عدم مشاهدة هذه الفئة لمباريات كرة القدم ، ويرجع البعض سبب عدم

مشاهدته إلى تشفير القنوات التي تبثها بشكل حصري حيث أن عدم امتلاك البطاقة المشفرة احد أهم أسباب حرمان المشاهد من المشاهدة خاصة في ظل ارتفاع أسعار البطاقات المشفرة ، ويعزوا البعض عدم مشاهدته إلى تفضيل مشاهدة الرياضة المحلية على الرياضة الأجنبية حيث أن عدم امتلاك البطاقة المشفرة يدفع الفرد بالاتجاه نحو مشاهدة الرياضة المحلية ، وقد يفضل البعض الرياضة المحلية على الأجنبية بسبب إمكانية مشاهدة ومتابعة الرياضة المحلية من أرض الملعب وبالتالي فان المتعة والحماس يكون اكبر مما هو عليه من خلال المشاهدة عبر شاشة التلفاز .

الإجابة عن السؤال الثالث : ما أسباب مشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

جدول رقم (6) توزيع إفراد العينة حسب أسباب مشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
السبب	ك	%	ك	%	ك	%
عرض المباريات بشكل جذاب	41	28.0%	7	24.1%	48	27.4%
التشويق الذي تتمتع به تلك المباريات	49	33.5%	12	41.3%	61	34.8%
زيادة المعرفة في المجال الرياضي الأوروبي	36	24.6%	5	17.2%	41	23.4%
ملائمة الوقت الذي تعرض فيه تلك المباريات لأوقات فراغي	11	7.5%	2	6.8%	13	7.4%
عدم وجود فرق رياضية عربية ودولية منافسة للأوروبية	9	6.2%	3	10.3%	12	6.8%
المجموع	146	100%	29	100%	175	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

تشير بيانات الجدول رقم(6) أن ما نسبته (34.8%) من الجنسين يعزون أسباب مشاهدتهم مباريات كرة القدم الأوروبية إلى " التشويق الذي تتمتع به تلك المباريات" ، حيث بلغت نسبة الذكور (33.5%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (146) مفردة، وبلغت نسبة الإناث (41.3%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (29) مفردة ، ويرى ما نسبته (27.4%) من الجنسين إن " عرض المباريات بشكل جذاب " من الأسباب التي تدفعهم إلى مشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ، حيث بلغت نسبة الذكور (28.0%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (146) مفردة، وبلغت نسبة الإناث (24.1%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (29) مفردة، أما من يرى أن سبب مشاهدة

مباريات كرة القدم الاوروبية هو " زيادة المعرفة في المجال الرياضي الأوروبي " فقد بلغت نسبتهم (23.4%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت نسبة الذكور (24.6%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (146) مفردة، وبلغت نسبة الإناث (17.2%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (29) مفردة، ويرى ما نسبته (7.4%) من المجموع الكلي لأفراد العينة إن" ملائمة الوقت الذي تعرض فيه تلك المباريات لأوقات فراغي " من الأسباب التي تدفعهم إلى مشاهدة المباريات حيث بلغت نسبة الذكور (7.5%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (146) مفردة، وبلغت نسبة الإناث (6.8%) من المجوع الكلي للإناث، وجاء سبب " عدم وجود فرق رياضية عربية ودولية منافسة للأوروبية " في المرتبة الأخيرة بنسبة (6.8%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت نسب الذكور (6.2%) من المجموع الكلي للذكور، وبلغت نسبة الإناث (10.3%) من المجوع الكلي للإناث.

يتضح من هذه النتائج أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يعزون سبب مشاهدتهم مباريات كرة القدم الأوروبية إلى التشويق الذي تتمتع به تلك المباريات ، ويرى الباحث إن ذلك يعود إلى تطبيق نظام الاحتراف في الملاعب الأوروبية بصورة صحيحة مما يؤدي إلى مشاهدة كرة قدم جميلة ،بالإضافة إلى وجود لاعبين و مدربين على مستوى عال يضفي طابع الندية والقوة على تلك المباريات ، كما أن عرض المباريات بشكل جذاب من أهم الأسباب التي دفعت أفراد العينة للمشاهدة ، حيث أن للقنوات الفضائية الرياضية العربية دور هام في جذب الجمهور الرياضي من خلال ما تقوم به هذه القنوات من تغطية شاملة ومفصلة وبأسلوب مشوق من خلال كادر إعلامي متخصص المجال الرياضي ، إن زيادة المعرفة في المجال الرياضي كانت من الأسباب التي دفعت أفراد العينة للمشاهدة ، ويرجع ذلك إلى إن إفراد العينة هم من المختصين في الجانب الرياضي وبالتالي فهم بحاجة إلى زيادة مخزونهم المعرفي عن كرة القدم الأوروبية ، في حين أن الإفراد الذين يعزون أن سبب مشاهدتهم لهذه المباريات هو ملائمة الوقت الذي تعرض فيه تلك المباريات لأوقات فراغهم حيث أن تلك المباريات تقام في وقت ملائم للمشاهدة وهي الفترة المسائية ، إما عن عدم وجود فرق عربية متنافسة فيعود ذلك قلة الدعم المادي في بعض الدوريات العربية ، وعدم تطبيق نظام الاحتراف بصورة صحيحة .

الإجابة عن السؤال الرابع: ما القناة الرياضية المفضلة لدى طلبة كلية التربية الرياضية لمتابعة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

جدول رقم (7) توزيع إفراد العينة حسب القناة الرياضية المفضلة

النوع الاجتماعي / القناة الرياضية المفضلة	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الجزيرة الرياضية	61	70.1%	18	64.2%	79	68.6%
دبي الرياضية	11	12.6%	8	28.5%	19	16.5%
ابو ظبي الرياضية	15	17.2%	2	7.1%	17	14.7%
اخرى	0	0%	0	0%	0	0%
المجموع	87	100%	28	100%	114	100%

يبين الجدول رقم (7) توزيع إفراد العينة حسب الجنس القناة الرياضة المفضلة حيث احتلت قناة الجزيرة الرياضية المرتبة الأولى بنسبة (68.6%) ، وبلغت نسبة الذكور (70.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (87)مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (64.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (28)مفردة ، وجاءت قناة دبي الرياضية في المرتبة الثانية بنسبة (16.5%) ،إذ بلغت نسبة الذكور (12.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ،وبلغت نسبة الإناث (28.5%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، وجاءت قناة دبي الرياضية في المرتبة الأخيرة بنسبة (14.7%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (17.2%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ،وبلغت نسبة الإناث (14.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة.

يتبين من هذه النتائج أن المبحوثين يفضلون قناة الجزيرة الرياضية حيث جاءت في المرتبة الأولى من حيث التفضيل ، ويرى الباحث أن سبب ذلك يرجع إلى أن هذه القناة تقوم بعرض أكثر من دوري أوروبي عبر شاشاتها ،كما أن قلة تكلفة الاشتراك ببطاقة الجزيرة الرياضية المشفرة مقارنة ببطاقة ابو ظبي الرياضية من أهم الأسباب التي أعطت الجزيرة الرياضة الأفضلية على القنوات الأخرى ، كما أن الجزيرة الرياضية تقوم بنقل الإخبار الرياضية على رأس كل ساعة عبر قناتها الجزيرة الرياضية الإخبارية ، إضافة إلى أنها تقوم بتقديم برنامج خاص عن كل عن كل دوري من الدوريات التي تنقلها وتتناول آخر المستجدات في ذلك الدوري ، في حين جاءت قناة دبي الرياضية في المرتبة الثانية ، حيث أنها تقوم بقل الدوري الألماني

عبر قنواتها المفتوحة ، دون الحاجة إلى وجود بطاقة مشفرة لمتابعة الدوري الألماني عبر قنواتها ، وجاءت قناة ابو ظبي الرياضية في المرتبة الأخيرة نظرا إلى ارتفاع تكلفة الاشتراك ببطاقتها المشفرة والتي لا تسمح لمشاهدها إلا بمتابعة دوري واحد وهو الدوري الانجليزي .

الإجابة عن السؤال الخامس : ما هو الدوري الأوروبي الأكثر مشاهدة لدى طلبة كلية التربية الرياضية ؟

جدول رقم (8) توزيع إفراد العينة حسب الدوري الأوروبي المفضل

النوع الاجتماعي / الدوري	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الدوري الانجليزي	28	13.7%	5	11.4%	33	13.3%
الدوري الاسباني	61	29.9%	14	31.8%	75	30.2%
الدوري الألماني	25	12.3%	5	11.4%	30	12.1%
الدوري الايطالي	21	10.3%	3	6.8%	24	9.7%
الفرنسي	0	%0	1	2.3%	1	.4%
دوري أبطال أوروبا	55	27.0%	12	27.3%	67	27.0%
الدوري الأوروبي	14	6.9%	4	9.1%	18	7.3%
المجموع	204	100%	44	100%	248	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

يبين الجدول رقم (8) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب الدوري الأكثر مشاهدة بين الدوريات الأوروبية ، وجاء " الدوري الاسباني " في المرتبة الأولى بنسبة (30.2%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (29.9%) من مجموعهم الكلي البالغ (204) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (31.8%) من مجموعهن الكلي البالغ (44) مفردة ، وجاء " دوري أبطال أوروبا " في المرتبة الثانية بنسبة (27.0%) ،إذ بلغت نسبة الذكور (27.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (204) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (27.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (44) مفردة ، وجاء الدوري الانجليزي بالمرتبة الثالثة بنسبة (13.3%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (13.7%) من مجموعهم الكلي البالغ (204) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (11.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (44) مفردة ، وجاء في المرتبة الرابعة الدوري الألماني بنسبة (12.1%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (12.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (204) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (11.4%) من

مجموعهن الكلي البالغ (44) مفردة ، واحتل الدور الايطالي المرتبة الخامسة بنسبة (9.7%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (10.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (204) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (6.8%) من مجموعهن الكلي البالغ (44) مفردة ، وجاء في المرتبة السادسة الدوري الأوروبي بنسبة (7.3%) ،حيث بلغت نسبة الذكور (6.9%) من مجموعهم الكلي البالغ (204) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (9.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (44) مفردة ، وجاء الدوري الفرنسي بالمرتبة الأخيرة بنسبة (.4%) ، حيث بلغت نسبة المشاهدة من الإناث (2.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (44) مفردة ، في حين لا يوجد أي مشاهدة للدوري الفرنسي من قبل الذكور.

تدل النتائج أن الدوري الاسباني جاء في المرتبة الأولى من بين الدوريات الأكثر مشاهدة من قبل افراد العينة الذكور والإناث على حد سواء ويعزى السبب في ذلك إلى وجود نجوم رياضيين لهم شعبية واسعة لدى المشاهدين ، إضافة معظم مبارياته ممتعة وعلى مستوى كروي رفيع ، وجاء الدوري الفرنسي في المرتبة الأخيرة نظرا لعدم وجود المنافسة بين الأندية الفرنسية وعدم تمتع مباريات الدوري الفرنسي بالقوة والندية إضافة إلى عدم وجود لاعبين على مستوى عال، والجدول رقم (9) يوضح أسباب تفضيل دوري عن دوري حسب الجنسين .

الإجابة عن السؤال السادس : ما أسباب تفضيل مشاهدة دوري معين لدى طلبة كلية التربية الرياضية ؟

جدول رقم (9) أسباب تفضيل مباريات الدوري حسب الجنسين

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
الأسباب	ك	%	ك	%	ك	%
جودة واحترافية القناة التي تنقل هذا الدوري.	48	29.3%	8	21.6%	56	27.9%
وجود معلقين مميزين على مباريات هذا الدوري.	33	20.1%	7	18.9%	40	19.9%
متعة المشاهدة.	47	28.7%	16	43.2%	63	31.3%
قلة تكلفة الاشتراك بالقناة المشفرة التي تعرض هذا الدوري مقارنة بغيرها من القنوات.	8	4.9%	2	5.4%	10	5.0%
عرض مبارياته على قنوات مفتوحة.	6	3.7%	1	2.7%	7	3.5%
المستوى الفني أقوى من غيره.	22	13.4%	3	8.1%	25	12.4%
المجموع	164	100%	37	100%	201	100%

*.(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

يشير الجدول رقم (9) أن " متعة المشاهدة " من أكثر الأسباب تفضيلا لمشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية بنسبة بلغت (31.3%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (28.7%) من مجموعهم الكلي البالغ (164) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (43.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (37) مفردة ، ثم " جودة واحترافية القناة التي تنقل هذا الدوري " بنسبة (27.9%) من المجموع الكلي للذكور والإناث ، حيث بلغت نسبة الذكور (29.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (164) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.6%) من مجموعهن الكلي البالغ (37) مفردة ، ثم " وجود معلقين مميزين على مباريات هذا الدوري " بنسبة بلغت (19.9%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (20.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (164) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (18.9%) من مجموعهن الكلي البالغ (37) مفردة ،ثم " المستوى الفني أقوى من غيره " بنسبة بلغت (12.4%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (13.4%) من مجموعهم الكلي البالغ (164) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (8.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (37) مفردة ، وجاءت " قلة تكلفة الاشتراك بالقناة المشفرة التي تعرض هذا الدوري مقارنة بغيرها من القنوات " بنسبة (5.0%) حيث بلغت نسبة الذكور (4.9%) من مجموعهم الكلي البالغ (164) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (5.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (37) مفردة ، تلاها " عرض مبارياته على قنوات مفتوحة" بنسبة (3.5%) حيث بلغت نسبة الذكور (3.7%) من مجموعهم الكلي البالغ (164) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (2.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (37) مفردة.

تدل النتائج على أن متعة المشاهدة من أكثر الأسباب التي تدفع الأفراد إلى مشاهدة الدوريات الاوروبية المفضلة لديهم ، حيث أن اللعب الجميل والحضور الجماهيري الكبير الذين يضفيان على هذه المنافسات الرياضية متعة المشاهدة ويدفع الأفراد إلى مشاهدة ومتابعة هذه الأحداث الرياضية ، كما أن جودة واحترافية القناة التي تنقل الدوري كانت احد أسباب تفضيل المشاهدة حيث تظهر أهمية القناة الرياضية التي تنقل هذه الأحداث الرياضية من خلال ما تقوم به هذه القنوات من إعداد مسبق وتحضير مكثف شد انتباه المشاهدين ، ثم جاء وجود معلقين مميزين على المباريات حيث أن المعلقون احد العناصر الضرورية لإضفاء المتعة والحماس على المشاهدة فبعض المعلقين يتمتعون بأسلوب حماسي يجعل الفرد أكثر انفعالا مع أحداث المباراة ، ثم جاء المستوى الفني أقوى من غيره حيث أن هنالك بعض الدوريات تتمتع بمستوى فني قوي وأخرى تتمتع بمستوى فني ضعيف حيث أن الأفراد يميلون إلى مشاهدة الدوريات التي تتمتع بمستوى فني عال ، ثم قلة تكلفة الاشتراك بالقناة المشفرة التي تعرض هذا الدوري مقارنة بغيرها من القنوات حيث أن تكلفة الاشتراك بقناة الجزيرة الرياضية أقل من تكلفة الاشتراك

بقناة ابو ظبي الرياضية وبالتالي فان بعض الأفراد لا يشاهدون مباريات الدوري الانجليزي نظرا لارتفاع كلفة الاشتراك بالقناة التي تبث هذا الدوري ، في حين يرى بعض الأفراد أن عرض الدوري على قنوات مفتوحة كالدوري الألماني الذي يبث على قناة دبي الرياضية كان احد أسباب مشاهدتهم لمباريات هذا الدوري .

الإجابة عن السؤال السابع : ما الكيفية التي يفضل بها أفراد العينة مشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

جدول رقم (10) توزيع أفراد العينة حسب كيفية المشاهدة

النوع الاجتماعي / المكان	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بشكل فردي	17	19.5%	3	10.7%	20	17.3%
مع الأهل	28	32.1%	21	75%	49	42.6%
مع الأصدقاء	42	48.2%	4	14,2%	46	40%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

يبين الجدول رقم (10) أن (42.6%) من أفراد العينة يشاهدون مباريات كرة القدم الأوروبية "مع الأهل" ، حيث بلغت نسبة مشاهدة الذكور (32.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (87)مفردة ، وبلغت نسبة مشاهدة الإناث (75%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، وأن (40%) من إفراد العينة يشاهدونها " مع الأصدقاء " ، حيث بلغت نسبة الذكور (48.2%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (14,2%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، وان (17.3%) من أفراد العينة يشاهدونها " بشكل فردي " ، حيث بلغت نسبة الذكور (19.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (10.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة.

ويتضح من هذه النتائج أن تفضيل أفراد العينة لمشاهدة المباريات مع الأهل ومع الأصدقاء مرده إلى الأجواء الحماسية التي تصاحب المشاهدة برفقة الأهل والأصدقاء ، أما الأفراد الذين يفضلون المشاهدة بشكل فردي لا يحبذون تلك الأجواء التي ترافق المشاهدة مع الأهل والأصدقاء .

الإجابة عن السؤال الثامن : ما المكان الذي يفضله أفراد العينة لمشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

جدول رقم (11) توزيع أفراد العينة حسب مكان المشاهدة

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
المكان	ك	%	ك	%	ك	%
في البيت	19	21.8%	18	64.2%	37	32.1%
في المقهى	41	47.1%	8	28.5%	49	42.6%
عند الأصدقاء	27	31.0%	2	7.1%	29	25.2%
اخرى اذكرها	0	0%	0	0%	0	0 %
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

يبين الجدول رقم (11) أن (42.6%) من أفراد العينة يشاهدون مباريات كرة القدم الأوروبية في المقهى ، حيث بلغت نسبة مشاهدة الذكور (35.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة مشاهدة الإناث (28.5%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، وأن (32.1%) من أفراد العينة يشاهدونها في المقاهي ، حيث بلغت نسبة الذكور (21.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (64.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، وان (25.2%) من أفراد العينة يشاهدونها عند الأصدقاء ، حيث بلغت نسبة الذكور (31.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (7.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة .

تشير النتائج السابقة أن الإفراد يميلون إلى متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية في المقاهي وعند الأصدقاء نظرا إلى أن مشاهدة المباريات في المقاهي وعند الأصدقاء تعطي حماسا أكبر من مشاهدتها في البيوت أي كأنك تشاهد المباراة في الملعب وهذا الجو يفتقده الأفراد في البيت، وبالتالي أتاحت الفرصة أمام الفرد للجدال والنقاش مع من يفضل المشاهدة معهم ، كما أن عدم تفضيل العائلة لمتابعة المباريات يدفع الفرد للبحث عن مكان آخر لمشاهدة هذه المباريات ، كما أن عدم توفر الاشتراك في القنوات المشفرة يدفع الفرد للبحث عن مكان آخر لمشاهدة مثل هذه المباريات ، في حين أن الأفراد الذين يفضلون مشاهدة المباريات في البيوت ، يميلون إلى البعد عن الضجيج والأجواء المشحونة التي توجد في المقاهي وعند الأصدقاء .

الإجابة عن السؤال التاسع : ما رأي طلبة كلية التربية الرياضية في مقدمي البرامج الرياضية من حيث الأداء ، الشكل ، طريقة إدارة الحوار ، الثقافة الرياضية ؟

جدول رقم (12) توزيع أفراد العينة حسب رائيهم في مقدمي البرامج الرياضية

	ضعيف		مقبول		جيد		جيد جدا		ممتاز	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
الأداء	1	.8	1	.8	14	12.1	49	42.6	50	43.4
الشكل	2	1.7	4	3.5	20	17.4	58	50.4	31	27.0
اللغة	3	2.6	8	6.9	13	11.3	47	40.8	44	38.2
إدارة الحوار	4	3.4	6	5.2	19	16.2	40	34.7	46	40.0
الثقافة الرياضية	6	5.2	2	1.7	14	12.2	39	33.9	54	47.0

جدول رقم (12أ) توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في أداء مقدمي البرامج الرياضية

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
الدرجة	ك	%	ك	%	ك	%
ممتاز	38	43.6%	12	42.8%	50	43.4%
جيد جدا	38	43.6%	11	39.2%	49	42.6%
جيد	9	10.3%	5	17.8%	14	12.1%
مقبول	1	1.1%	0	0%	1	.8%
ضعيف	1	1.1%	0	.0%	1	.8%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

يتضح من جدول رقم (12أ) أن (43.4%) من أفراد عينة الدراسة الذين يتابعون مباريات كرة القدم الأوروبية يرون بأن أداء مقدمي البرامج الرياضية ممتاز،حيث بلغت نسبة الذكور

(43.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (42.8%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(42.6%) يرون بأن أداء مقدمي البرامج الرياضية جيد جدا، حيث بلغت نسبة الذكور (43.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (39.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(12.1%) يرون بأن أداء مقدمي البرامج الرياضية جيد ، حيث بلغت نسبة الذكور (10.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (17.8%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(8%.) يرون بأن أداء مقدمي البرامج الرياضية ضعيف و مقبول ، حيث بلغت نسبة الذكور (1.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، ولم تكن هنالك إجابات للإناث على هذه الدرجة ، ويعزو الباحث ذلك إلى إن الإناث أكثر انجذابا لمقدمي البرامج الرياضية ، وأكثر تعاطفا من الذكور مع مقدمي البرامج الرياضة .

جدول رقم (12ب) توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في شكل مقدمي البرامج الرياضية

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
الدوري	ك	%	ك	%	ك	%
ممتاز	22	25.3%	9	32.1%	31	27.0%
جيد جدا	45	51.7%	13	46.4%	58	50.4%
جيد	17	19.5%	3	10.7%	20	17.4%
مقبول	1	1.1%	3	10.7%	4	3.5%
ضعيف	2	2.3%	0	.0%	2	1.7%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

يتضح من جدول رقم (12ب) أن (50.4%) من أفراد عينة الدراسة الذين يتابعون مباريات كرة القدم الأوروبية يرون بأن شكل مقدمي البرامج الرياضية جيد جدا ،حيث بلغت نسبة الذكور (51.7%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (46.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و (27.0%) يرون بأن شكل مقدمي البرامج الرياضية ممتاز، حيث بلغت نسبة الذكور (25.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(17.4%) يرون بأن شكل مقدمي البرامج الرياضية جيد ، حيث بلغت نسبة الذكور (19.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (87)

مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (10.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(3.5%) يرون بأن شكل مقدمي البرامج الرياضية مقبول ، حيث بلغت نسبة الذكور (1.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (10.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و (1.7%) يرون بأن شكل مقدمي البرامج الرياضية ضعيف ، حيث بلغت نسبة الذكور (2.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، ولم تكن هنالك إجابات للإناث على هذه الدرجة ، ويعزو الباحث ذلك إلى إن الإناث أكثر انجذابا لمقدمي البرامج الرياضية ، وأكثر تعاطفا من الذكور مع مقدمي البرامج الرياضة .

جدول رقم (12ج) توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في لغة مقدمي البرامج الرياضية

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
الدوري	ك	%	ك	%	ك	%
ممتاز	33	38.8%	11	39.3%	44	38.2%
جيد جدا	36	41.3%	11	39.3%	47	40.8%
جيد	9	10.6%	4	14.3%	13	11.3%
مقبول	6	7.1%	2	7.1%	8	6.9%
ضعيف	3	3.5%	0	.0%	3	2.6%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

يتضح من جدول رقم (12ج) أن (40.8%) من أفراد عينة الدراسة الذين يتابعون مباريات كرة القدم الأوروبية يرون بأن لغة مقدمي البرامج الرياضية جيد جدا ، حيث بلغت نسبة الذكور (41.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (39.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و (38.2%) يرون بأن لغة مقدمي البرامج الرياضية ممتاز، حيث بلغت نسبة الذكور (38.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (39.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(11.3%) يرون بأن لغة مقدمي البرامج الرياضية جيد ، حيث بلغت نسبة الذكور (10.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (14.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(6.9%) يرون بأن لغة مقدمي البرامج الرياضية مقبول ، حيث بلغت نسبة الذكور (7.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (7.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة

، و(2.6%) يرون بأن لغة مقدمي البرامج ضعيف ، حيث بلغت نسبة الذكور (3.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، ولم تكن هنالك إجابات للإناث على هذه الدرجة ، ويعزو الباحث ذلك إلى إن الإناث أكثر انجذابا لمقدمي البرامج الرياضية ، وأكثر تعاطفا من الذكور مع مقدمي البرامج الرياضة .

جدول رقم (12د) توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في طريقة إدارة الحوار لدى مقدمي البرامج الرياضية

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
الدوري	ك	%	ك	%	ك	%
ممتاز	32	37.2%	14	50.0%	46	40.0%
جيد جدا	34	39.5%	6	21.4%	40	34.7%
جيد	13	14.9%	6	21.4%	19	16.5%
مقبول	4	4.7%	2	7.1%	6	5.2%
ضعيف	4	4.7%	0	.0%	4	3.4%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

يتضح من جدول رقم (12د) أن (40.0%) من أفراد عينة الدراسة الذين يتابعون مباريات كرة القدم الأوروبية يرون بأن إدارة الحوار لدى مقدمي البرامج الرياضية ممتاز، حيث بلغت نسبة الذكور (37.2%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (50.0%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و (34.7%) يرون بأن إدارة الحوار لدى مقدمي البرامج الرياضية جيد جدا، حيث بلغت نسبة الذكور (39.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(16.5%) يرون بأن إدارة الحوار لدى مقدمي البرامج الرياضية جيد ، حيث بلغت نسبة الذكور (14.9%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(5.2%) يرون بأن إدارة الحوار لدى مقدمي البرامج الرياضية مقبول ، حيث بلغت نسبة الذكور (4.7%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (7.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(3.4%) يرون بأن إدارة الحوار لدى مقدمي البرامج الرياضية ضعيف، حيث بلغت نسبة الذكور (4.7%) من مجموعهم الكلي البالغ

(87) مفردة ، ولم تكن هنالك إجابات للإناث على هذه الدرجة ، ويعزو الباحث ذلك إلى إن الإناث أكثر انجذابا لمقدمي البرامج الرياضية ، وأكثر تعاطفا من الذكور مع مقدمي البرامج الرياضة .

جدول رقم (12هـ) توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في الثقافة الرياضية لمقدمي البرامج الرياضية

النوع الاجتماعي / الثقافة الرياضية	ذكور ك	ذكور %	إناث ك	إناث %	المجموع الكلي ك	المجموع الكلي %
ممتاز	40	46.0%	14	50.0%	54	47.0%
جيد جدا	31	35.6%	8	28.6%	39	33.9%
جيد	9	10.3%	5	17.9%	14	12.2%
مقبول	2	2.3%	0	.0%	2	1.7%
ضعيف	5	5.7%	1	3.6%	6	5.2%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

يتضح من جدول رقم (12هـ) أن (47.0%) من أفراد عينة الدراسة الذين يتابعون مباريات كرة القدم الأوروبية يرون بأن الثقافة الرياضية لمقدمي البرامج الرياضية ممتاز،حيث بلغت نسبة الذكور (46.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (50.0%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و (33.9%) يرون بأن الثقافة الرياضية لمقدمي مقدمي البرامج الرياضية جيد جدا، حيث بلغت نسبة الذكور (35.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(12.2%) يرون بأن الثقافة الرياضية لمقدمي مقدمي البرامج الرياضية جيد ، حيث بلغت نسبة الذكور (10.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (17.9%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(5.2%) يرون بأن أداء مقدمي البرامج الرياضية ضعيف ، حيث بلغت نسبة الذكور (5.7%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (3.6%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، و(1.7%) يرون بأن أداء مقدمي البرامج الرياضية مقبول ، حيث بلغت نسبة الذكور (5.7%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (3.6%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة.

تبين النتائج السابقة أن أداء وشكل ولغة وإدارة الحوار والثقافة الرياضية لدى مقدمي البرامج في القنوات الفضائية الرياضية حظيت على النسبة الكبرى التي تراوحت بين الممتاز والجيد جدا والجيد وهذا يدل على الكفاءة التي يتمتع بها مقدمي هذه البرامج رغم وجود نسب أفادت بان أداء وشكل ولغة وإدارة الحوار والثقافة الرياضية لدى المقدمين ضعيف أو مقبول الأمر الذي يحتاج إلى تحسين وتطوير من قبل القنوات الرياضية .

الإجابة عن السؤال العاشر : هل للمعلقون والمحللون دور في جذب طلبة كلية التربية الرياضية لمشاهدة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

جدول رقم (13) توزيع أفراد العينة حسب انجذابهم إلى مباريات كرة القدم الأوروبية بفضل كفاءة المعلقين عليها

النوع الاجتماعي / المفردة	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	72	82.8%	17	60.7%	89	77.4%
لا	15	17.2%	11	39.3%	26	22.6%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

تفيد النتائج في الجدول رقم (13) أن ما نسبته (77.4%) من الجنسين، يرون أن كفاءة المعلقين على مباريات كرة القدم الأوروبية سبب في انجذابهم لها ، حيث بلغت النسبة عند الذكور (82.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت النسبة عند الإناث (60.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، مقابل ما نسبته (22.6%) يرون إن انجذابهم إلى مباريات كرة القدم الأوروبية لا يعزى إلى كفاءة المعلقين عليها ، حيث بلغت النسبة بين الذكور(17.2%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، في حين بلغت النسبة عند الإناث (39.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة .

ويرى الباحث إن هذه الأسباب قد تعود إلى اختلاف طبيعة كل من الذكور والإناث وانحياز الذكور للمعلقين الذكور ، والجدول رقم (14) يوضح أسباب انجذاب ، وعدم انجذاب أفراد العينة إلى مباريات كرة القدم الأوروبية بفضل كفاءة المعلقين عليها.

جدول رقم (14) توزيع أفراد العينة حسب أسباب انجذاب أفراد العينة إلى مباريات كرة القدم الأوروبية بفضل كفاءة المعلقين عليها.

النوع الاجتماعي / أسباب الإجابة بنعم	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأسلوب المشوق للمعلق	62	50.8%	15	46.9%	77	50.0%
عدم الخروج عن أحداث المباراة	13	10.7%	2	6.3%	15	9.7%
(الحياد) عدم الانحياز لفريق معين	16	13.1%	3	9.4%	19	12.3%
استخدام لغة محببة للمشاهدين	19	15.6%	9	28.1%	28	18.2%
عدم تقليد المعلقين غيرهم	12	9.8%	3	9.4%	15	9.7%
المجموع	122	.100%	32	100%	154	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

تبين النتائج في الجدول رقم (14) أن الأسلوب المشوق للمعلق يأتي في المرتبة الأولى من حيث أسباب التفضيل للمعلق من قبل أفراد العينة بنسبة بلغت (50.0%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (50.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (122) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (46.9%) من مجموعهن الكلي البالغ (32) مفردة ، وجاء في المرتبة الثانية من حيث أسباب التفضيل للمعلق استخدام لغة محببة للمشاهدين بنسبة بلغت (18.2%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (15.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (122) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (28.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (32) مفردة ، وجاء في المرتبة الثالثة (الحياد) عدم الانحياز لفريق معين سبنسة بلغت (12.3%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (13.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (122) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (9.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (32) مفردة ، وجاء في المرتبة الرابعة كل من عدم الخروج عن أحداث المباراة و عدم تقليد المعلقين غيرهم بنسبة بلغت (9.7%) من المجموع الكلي لأفراد العينة .

تدل النتائج أن الاسلوب المشوق للمعلق واستخدام لغة محببة للمشاهدين كان أهم أسباب انجذاب افراد العينة إلى المشاهدة بفضل كفاءة المعلقين ، وهذا يبين أن للمعلق الرياضي دور بارز في جذب الأفراد للمشاهدة خاصة أن الأفراد بحاجة إلى معلق حماسي يجعلهم يتفاعلون مع إحداث المباراة ويجعلهم يعيشون المباراة كأنهم في ارض الملعب .

جدول رقم (15) توزيع أفراد العينة حسب أسباب عدم انجذاب أفراد العينة إلى مباريات كرة القدم الأوروبية بفضل كفاءة المعلقين عليها.

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
أسباب الإجابة بـ لا	ك	%	ك	%	ك	%
الأسلوب الممل للمعلق	5	27.8%	1	9.1%	6	20.7%
عدم وجود خلفية رياضية للمعلق	4	22.2%	2	18.2%	6	20.7%
خروج المعلق في بعض الأحيان عن أحداث المباراة	4	22.2%	5	45.5%	9	31.0%
الانحياز لصالح فريق معين	3	16.7%	2	18.2%	5	17.2%
كثرة الأخطاء في أسماء اللاعبين	2	11.1%	1	9.1%	3	10.3%
المجموع	18	100%	11	100%	29	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

توضح النتائج في الجدول رقم (15) أن " خروج المعلق في بعض الأحيان عن أحداث المباراة " يأتي في المرتبة الأولى من حيث أسباب عدم التفضيل للمعلق من قبل أفراد العينة ، بنسبة (31.0%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (22.2%) من مجموعهم الكلي البالغ (18) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (45.5%) من مجموعهن الكلي البالغ (11) مفردة ، وجاء في المرتبة الثانية كل من الأسلوب الممل للمعلق بنسبة بلغت (20.7%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (27.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (18) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (9.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (11) مفردة ، و "عدم وجود خلفية رياضية للمعلق " بنسبه بلغت (27.8%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (22.2%) من مجموعهم الكلي البالغ (18) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (18.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (11) مفردة ، وجاء في المرتبة الثالثة " الانحياز لصالح فريق معين " بنسبة بلغت (17.2%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (16.7%) من مجموعهم الكلي البالغ (18) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (18.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (11) مفردة ، وجاء في المرتبة الرابعة كثرة الأخطاء في أسماء اللاعبين بنسبة بلغت (10.3%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (11.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (18) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (9.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (11) مفردة.

تدل النتائج أن الأفراد لا يفضلون المعلقين الذين يخرجون عن أحداث المباراة وبالتالي فهم أكثر شغفا بما يجري من أحداث داخل ارض الملعب ولا يفضلون ذكر أي شيء يشتت انتباههم ويبعدهم عن ما يدور في ارض الملعب ، كما أن الأفراد لا يحبذون التي تتمتع به تلك المباريات

جدول رقم (16) توزيع أفراد العينة حسب المعلق الرياضي المفضل لديهم

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
المعلق المفضل	ك	%	ك	%	ك	%
عصام الشوالي	60	38.2%	20	51.3%	80	40.8%
كريم الطهروني	2	1.3%	2	5.1%	4	2.0%
فارس عوض	33	21.0%	4	10.3%	37	18.9%
رؤوف خليف	35	22.3%	6	15.4%	41	20.9%
حسلي الزغدوني	2	1.3%	1	2.6%	3	1.5%
فهد العتيبي	4	2.5%	4	10.3%	8	4.1%
حفيظ دراجي	3	1.9%	1	2.6%	3	1.5%
احمدالحامد	9	5.7%	1	2.6%	10	5.1%
سمير اليعقوبي	3	1.9%	-	-	3	1.5%
علي محمد علي	5	3.2%	-	-	5	2.6%
احمد الشحي	1	.6%	1	2.6%	2	1.0%
المجموع	157	100%	39	100%	196	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

يبين الجدول رقم (16) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب المعلق المفضل لديهم ، حيث أن "عصام الشوالي" جاء في المرتبة الأولى من المعلقين المفضلين الذين يعلقون على مباريات كرة القدم الأوروبية التي يتابعها أفراد العينة بنسبة (40.8%) من المجموع الكلي الأفراد العينة ، حيث بلغت نسبة التفضل لدى الذكور (38.2%) من مجموعهم الكلي البالغ (157) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (51.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (39) مفردة ، ثم "رؤوف خليف "في المرتبة الثانية بنسبة (20.9%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (22.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (157) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (15.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (39) مفردة ، يليه "فارس عوض" في المرتبة الثالثة بنسبة (18.9%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور

(21.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (157) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (10.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (39) مفردة ، ثم "احمد الحامد" في المرتبة الرابعة بنسبة (5.1%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (5.7%) من مجموعهم الكلي البالغ (157) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (2.6%) من مجموعهن الكلي البالغ (39) مفردة ، ثم" فهد العتيبي "في المرتبة الخامسة بنسبة (4.1%)، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (2.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (157) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (10.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (39) مفردة ، ثم علي محمد علي في المرتبة السادسة بنسبة (2.6%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (3.2%) من مجموعهم الكلي البالغ (157) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (0%) من مجموعهم الكلي ، ثم كريم الطهروني في المرتبة السابعة بنسبة (2.0%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (1.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (157) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (5.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (39) مفردة ، ثم كل من "سمير اليعقوبي" و "حفيظ دراجي "في المرتبة الثامنة بنسبة (1.5%)، وجاء في المرتبة التاسعة "احمد الشحي "بنسبة (1.0%) .

يلاحظ الباحث أن هذه النتائج منطقية وتتوافق مع ما ورد في جدول رقم (7) حيث بينت النتائج في ذلك الجدول أن قناة الجزيرة الرياضية جاءت في المرتبة الأولى من حيث القناة المفضلة لدى أفراد العينة ، وتؤكد النتائج في جدول رقم (16) أن المعلقين "عصام الشوالي و رؤوف خليف " كانا أكثر المعلق تفضيلا لدى أفراد العينة ، وهم من المعلقين في قناة الجزيرة الرياضية وهذا مؤشر على مدى صدق النتائج في الجدول رقم (7) ويعكس مدى اهتمام الجزيرة الرياضية بالكادر الخاص بقنواتها الرياضية .

جدول رقم (17) توزيع أفراد العينة حسب انجذابهم إلى مباريات كرة القدم الأوروبية بفضل المحللين الرياضيين(عرب، أجانب) الذين تستضيفهم ألقنوات الرياضية للتحليل على المباريات

النوع الاجتماعي / المفردة	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	70	80.5%	16	57.1%	86	74.8%
لا	17	19.5%	12	42.9%	29	25.2%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

تبين النتائج في الجدول رقم (17) أن ما نسبته (74.8%) من الجنسين، يرون أن المحللون الرياضيين(عرب، أجانب) الذين تستضيفهم القنوات الرياضية للتحليل على مباريات كرة القدم الأوروبية عامل جذب للمتابعة ، حيث بلغت النسبة عند الذكور (80.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (87)مفردة، وبلغت النسبة عند الإناث (57.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، مقابل ما نسبته (25.2%) يرون إن المحللون الرياضيين(عرب، أجانب) الذين تستضيفهم القنوات الرياضية للتحليل على مباريات كرة القدم الأوروبية ليسو عامل جذب للمتابعة ، حيث بلغت النسبة بين الذكور (19.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، في حين بلغت النسبة عند الإناث (42.9%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، والجدول رقم (18) يوضح أسباب انجذاب ، وعدم انجذاب أفراد العينة إلى مباريات كرة القدم الأوروبية بفضل كفاءة المعلقين عليها.

جدول رقم (18) توزيع أفراد العينة حسب أسباب انجذابهم للمحلل الرياضي

النوع الاجتماعي	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
أسباب الإجابة بنعم	ك	%	ك	%	ك	%
توجيه النقد الذي يخدم اللعبة	52	35.6%	7	21.2%	59	33.0%
المصداقية وعدم التحيز لصالح فريق دون آخر	21	14.4%	5	15.2%	26	14.5%
قراءة أفكار المدربين والتوقع لما سيحصل في المباراة	16	11.0%	4	12.1%	20	11.2%
لباقة المحلل الرياضي	15	10.3%	6	18.2%	21	11.7%
التحليل الواقعي والمنطقي	21	14.4%	6	18.2%	27	15.1%
الخبرة التدريبية	21	14.4%	5	15.2%	26	14.5%
المجموع	146	100%	33	100%	179	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

تبين النتائج في الجدول رقم (18) أن توجيه النقد الذي يخدم اللعبة تأتي في المرتبة الأولى من حيث أسباب التفضيل للمحللين الرياضيين من قبل أفراد العينة ، حيث يفضلهم ما نسبته (33.0%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (35.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (146) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (21.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (33) مفردة ، وجاء في المرتبة الثانية من حيث أسباب التفضيل للمحللين الرياضيين

التحليل الواقعي والمنطقي بنسبة بلغت (15.1%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (14.4%) من مجموعهم الكلي البالغ (146) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (18.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (33) مفردة ، وجاء في المرتبة الثالثة كل من المصداقية وعدم التحيز لصالح فريق دون آخر والخبرة التدريبية بنسبة بلغت (14.5%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (14.4%) من مجموعهم الكلي البالغ (146) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (15.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (33) مفردة ، وجاء في المرتبة الرابعة لباقة المحلل الرياضي بنسبة بلغت (11.7%) من المجموع الكلي لأفراد العينة حيث بلغت النسبة لدى الذكور (10.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (146) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (18.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (33) مفردة ، وجاء في المرتبة الخامسة قراءة أفكار المدربين والتوقع لما سيحصل في المباراة بنسبة بلغت (11.2%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (11.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (146) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (12.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (33) مفردة.

جدول رقم (19) توزيع أفراد العينة حسب أسباب عدم انجذابهم للمحلل الرياضي

النوع الاجتماعي / أسباب الإجابة بـ لا	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عدم توجيه النقد البناء الذي يخدم اللعبة	6	24.0%	1	7.7%	7	18.4%
التهجم على اللاعبين دون مبرر	1	4.0%	0	0%	1	2.6%
المبالغة في وصف الحدث	7	28.0%	6	46.2%	13	34.2%
تغلب العاطفة على التحليل	3	12.0%	2	15.4%	5	13.2%
الاعتماد على التخمين كأن يقول (اعتقد أن الكرة هدف)	2	8.0%	1	7.7%	3	7.9%
الانحياز لصالح فريق دون آخر	6	24.0%	1	7.7%	7	18.4%
عدم تقديم فكرة رياضية مفيدة للمشاهد	0	0%	2	15.4%	2	5.3%
المجموع	25	100%	13	100%	38	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

تبين النتائج في الجدول رقم (19) أن " المبالغة في وصف الحدث " تأتي في المرتبة الأولى من حيث أسباب عدم التفضيل للمحللين الرياضيين من قبل أفراد العينة ، بنسبة بلغت (34.2%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (28.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (25) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (46.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (13) مفردة ، وجاء في المرتبة الثانية من حيث أسباب عدم التفضيل للمحللين الرياضيين " عدم توجيه النقد البناء الذي يخدم اللعبة " و " الانحياز لصالح فريق دون آخر " بنسبة بلغت (18.4%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (24.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (25) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (7.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (13) مفردة ، وجاء في المرتبة الثالثة " الاعتماد على التخمين كأن يقول (اعتقد أن الكرة هدف) " بنسبة بلغت (7.9%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (8.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (25) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (7.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (13) مفردة ، وجاء في المرتبة الرابعة "عدم تقديم فكرة رياضية مفيدة للمشاهد " بنسبة بلغت (5.3%) من المجموع الكلي لأفراد العينة حيث بلغت النسبة لدى الذكور (0%) ، وبلغت النسبة لدى الإناث (15.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (13) مفردة ، وجاء في المرتبة الخامسة والأخيرة " التهجم على اللاعبين دون مبرر " بنسبة بلغت (2.6%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (4.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (25) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (0%).

جدول رقم (20) توزيع أفراد العينة حسب المحلل الرياضي المفضل لديهم

النوع الاجتماعي / المحلل المفضل	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
حازم أمام	37	27.8%	9	26.5%	46	27.5%
جمال صالح	7	5.3%	4	11.8%	11	6.6%
خالد الشنيف	4	3.0%	2	5.9%	6	3.6%
جمال الشريف	27	20.3%	4	11.8%	31	18.6%
فؤاد بو شقر	14	10.5%	9	26.5%	23	13.8%
حاتم الطرابلسي	8	6.0%	2	5.9%	10	6.0%
الساندرو التوبيلي	4	3.0%	1	2.9%	5	3.0%
ستيف ستكلير	9	6.8%	2	5.9%	11	6.6%
تشيزري مالديني	14	10.5%	1	2.9%	15	9.0%
عادل السليمي	1	.8%	-	-	1	.6%
نايجل وينتونبيتج	8	6.0%	-	-	8	4.8%
المجموع	133	100%	34	100%	167	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

يبين الجدول رقم (20) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب المحللين المفضلين حيث جاء " حازم أمام " المرتبة الأولى من المحللين المفضلين على مباريات كرة القدم الأوروبية التي يتابعها أفراد العينة بنسبة (27.5%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت نسبة التفضل لدى الذكور (27.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (26.5%) من مجموعهن الكلي البالغ (34) مفردة ، ثم " جمال الشريف " في المرتبة الثانية بنسبة (18.6%) من المجموع الكلي لإفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (20.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (11.8%) من مجموعهن الكلي ، يليه " فؤاد بو شقر " في المرتبة الثالثة بنسبة (13.8%)من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (10.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (26.5%) من مجموعهن الكلي البالغ (34) مفردة ، ثم "تشيزري مالديني " في المرتبة الرابعة بنسبة (9.0%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (10.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (2.9%) من مجموعهن الكلي البالغ (34) مفردة ، ثم

" جمال صالح " في المرتبة الخامسة بنسبة (6.6%)، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (5.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (11.8%) من مجموعهن الكلي البالغ (34) مفردة ، و" ستيف سنكلير" بنسبة (6.6%)، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (6.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (5.9%) من مجموعهن الكلي البالغ (34) مفردة ، ثم " نايجل ويتونبينج " في المرتبة السادسة بنسبة (4.8%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (6.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (0%) ، ثم " حاتم الطرابلسي " في المرتبة السادسة بنسبة (6.0%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (6.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (5.9%) من مجموعهن الكلي البالغ (34) مفردة ، ثم في المرتبة السابعة "خالد الشنيف " بنسبة (3.6%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (3.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (2.9%) من مجموعهن الكلي البالغ (34) مفردة ، ثم في المرتبة الثامنة " الساندرو التوبيلي " بنسبة (3.0%) ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (3.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (5.9%) من مجموعهن الكلي البالغ (133) مفردة ، ثم "عادل السليمي " في المرتبة التاسعة بنسبة (.6%)، حيث بلغت النسبة لدى الذكور (.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (133) مفردة ، وبلغت النسبة لدى الإناث (0%)

يلاحظ الباحث أن هذه النتائج منطقية وتتوافق مع ما ورد في جدول رقم (7) حيث بينت النتائج في ذلك الجدول أن قناة الجزيرة الرياضية جاءت في المرتبة الأولى من حيث القناة المفضلة لدى أفراد العينة ، وتؤكد النتائج في جدول رقم (20) أن المحللين "حازم إمام و جمال الشريف " كانا أكثر المحللين تفضيلا لدى أفراد العينة ، وهم من المحللين في قناة الجزيرة الرياضية وهذا مؤشر على مدى صدق النتائج في الجدول رقم (7) ويعكس مدى اهتمام الجزيرة الرياضية بانتقاء الخبراء الرياضيين للتحليل على المباريات الأوروبية عبر شاشاتها الرياضية .

الإجابة عن السؤال الحادي عشر : ما دور الاستوديوهات التحليلية في زيادة المعلومات الرياضية والدفع نحو متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

جدول رقم (21) توزيع أفراد العينة حسب دور الاستوديوهات التحليلية في زيادة المعلومات والدفع نحو متابعة المباريات .

النوع الاجتماعي / القناة	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
كبير	59	67.8%	14	50.0%	73	63.4%
متوسط	17	19.5%	9	32.1%	26	22.6%
ضعيف	11	12.6%	5	17.8%	16	13.9%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

يبين الجدول رقم (21) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب دور الاستوديوهات التحليلية في زيادة المعلومات والدفع نحو متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية ، وبلغت نسبة الذين يرون إن لها دور" كبير" في زيادة المعلومات والدفع نحو المتابعة (63.4%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت نسبة الذكور (67.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (50.0%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، ويرى (22.6%) من المجموع الكلي لأفراد العينة إن لها دور" متوسط" في زيادة المعلومات والدفع نحو المتابعة ، حيث بلغت نسبة الذكور (19.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، في حين يرى (13.9%) من المجموع الكلي لأفراد العينة إن لها دور" ضعيف" في زيادة المعلومات والدفع نحو المتابعة ، حيث بلغت نسبة الذكور (12.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (17.8%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة.

يلاحظ الباحث من خلال النتائج السابقة أن للاستوديوهات التحليلية دور كبير في زيادة المعلومات والدفع نحو متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية من خلال ما تقدمه تلك الاستودهات من تحليل وتوضيح وتفسير لطرق اللعب الحديثة والتكنيك الذي المستخدم في تلك المباريات ، حيث أنها تعمل على تقديم المعلومات بصورة سهلة ومنطقية من خلال الاستعانة بالمختصين في مجال كرة القدم سواء كانوا عرب أو أجانب .

السؤال الثاني عشر : ما القناة الرياضية التي يراها طلبة كلية التربية الرياضية متحيزة في التعليق والتحليل بين مباريات كرة القدم الأوروبية ؟

جدول رقم (22) توزيع أفراد العينة حسب القناة الرياضية المتحيزة في التعليق والتحليل بين مباريات كرة القدم الأوروبية التي تبثها

النوع الاجتماعي / القناة	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الجزيرة الرياضية	53	60.9%	14	50.0%	67	58.3%
دبي الرياضية	9	10.3%	9	32.1%	18	15.7%
ابو ظبي الرياضية	11	12.6%	1	3.6%	12	10.4%
لا يوجد قناة متحيزة	14	16.1%	4	14.3%	18	15.7%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

يبين الجدول رقم (22) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب القناة الرياضية التي يجدها إفراد العينة متحيزة في التعليق والتحليل بين مباريات كرة القدم الأوروبية التي تبثها وجاءت قناة الجزيرة الرياضية في المرتبة الأولى بنسبة (58.3%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (60.9%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (50.0%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، وجاءت قناة دبي في المرتبة الثانية بنسبة (15.7%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (10.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، وجاءت قناة ابو ظبي الرياضية في المرتبة الثالثة بنسبة (10.4%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (12.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (3.6%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ،إما نسبة الذين أجابوا لا يوجد قناة متحيزة فقد بلغت (15.7%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (16.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (14.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، والجدول رقم (23) يوضح أسباب انحياز القناة في التعليق والتحليل بين مباريات كرة القدم الأوروبية.

جدول رقم (23) توزيع أفراد العينة حسب رائيهم في أسباب انحياز القناة في التعليق والتحليل بين مباريات كرة القدم الأوروبية التي تبثها

النوع الاجتماعي / الأسباب	ذكور		إناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
تلبية رغبات الجماهير	39	38.2%	6	18.8%	45	33.6%
ميول العاملين في القناة لهذا الدوري.	32	31.4%	6	18.8%	38	28.4%
وجود لاعبين على مستوى عال.	14	13.7%	10	31.3%	24	17.9%
عدم توفر الإثارة في بعض الدوريات الأوروبية	8	7.8%	6	18.8%	14	10.4%
التكلفة المرتفعة لحقوق البث	9	8.8%	4	12.5%	13	9.7%
المجموع	102	100%	32	100%	134	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

يشير الجدول رقم (23) أن تلبية رغبات الجماهير من أكثر الأسباب التي تؤدي إلى انحياز القنوات الفضائية الرياضية في التعليق والتحليل بين مباريات كرة القدم الأوروبية وذلك بنسبة (33.6%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (38.2%) من مجموعهم الكلي البالغ (102) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (18.8%) من مجموعهن الكلي البالغ (23) مفردة ، ثم " ميول العاملين في القناة لهذا الدوري " بنسبة (28.4%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت نسبة الذكور (31.4%) من مجموعهم الكلي البالغ (102) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (18.8%) من مجموعهن الكلي البالغ (23) مفردة ، و" وجود لاعبين على مستوى عال " بنسبة (17.9%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت نسبة الذكور (13.7%) من مجموعهم الكلي البالغ (102) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (31.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (23) مفردة ، يليها " عدم توفر الإثارة في بعض الدوريات الاوروبية "بنسبة (10.4%) حيث بلغت نسبة الذكور (7.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (102) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (18.8%) من مجموعهن الكلي البالغ (23) مفردة ، ثم " التكلفة المرتفعة لحقوق البث " بنسبة (9.7%) من المجموع الكلي لأفراد العينة ، حيث بلغت نسبة الذكور (8.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (102) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (12.5%) من مجموعهن الكلي البالغ (23) مفردة.

الإجابة عن السؤال الثالث عشر : ما الوسائل الإعلامية المفضلة لمتابعة أخبار كرة القدم الاوروبية في غير القنوات الفضائية الرياضية ؟

جدول رقم (24) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب الوسائل الإعلامية الأخرى التي يفضلونها لمتابعة الأخبار المتعلقة بكرة القدم الاوروبية في غير التلفاز

النوع الاجتماعي / الوسائل	ذكور		اناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
صحف	34	39.1%	5	17.9%	39	33.9%
الراديو	4	4.6%	4	14.3%	8	7.0%
الانترنت	46	52.8%	13	46.4%	59	51.3%
لا أتابع في غير التلفاز	3	3.4%	6	21.4%	9	7.8%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

تبين النتائج في الجدول رقم (24) أن ما نسبته (51.3%) من الذكور والإناث يفضلون الانترنت كوسيلة إعلامية لمتابعة الأخبار المتعلقة بكرة القدم الاوروبية في غير التلفاز ، حيث بلغت نسبة الذكور (52.8%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة، وبلغت نسبة الإناث (46.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، كما تشير النتائج إلى إن ما نسبة (33.9%) من المجموع الكلي لأفراد العينة يفضلون الصحف لمتابعة أخبار كرة القدم الاوروبية ، حيث بلغت نسبة الذكور (39.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (17.9%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، ويفضل ما نسبته (7.0%) من المجموع الكلي لأفراد العينة الراديو لمتابعة الأخبار ، حيث بلغت نسبة الذكور (4.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (14.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، إما الأفراد الذين كانت إجاباتهم لا أتابع في غير التلفاز فقد بلغت نسبتهم (7.8%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (3.4%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، والجدول رقم (25) يوضح أسباب متابعة أخبار كرة القدم الاوروبية في وسائل اخرى غير التلفاز .

جدول رقم (25) توزيع أفراد العينة حسب أسباب متابعة أخبار كرة القدم الاوروبية في وسائل اخرى غير التلفاز

النوع الاجتماعي	ذكور		اناث		المجموع الكلي	
الأسباب	ك	%	ك	%	ك	%
التأكد من توقيت المباريات	40	43.0%	10	41.7%	50	42.7%
الحصول على معلومات عن اللاعبين والأحداث لم أتمكن من الحصول عليها من خلال التلفاز	40	43.0%	12	50.0%	52	44.4%
عدم وجود اشتراك في تلك القنوات	13	14.0%	2	8.3%	15	12.8%
المجموع الكلي	93	100%	24	100%	117	100%

* (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

تبين النتائج في الجدول رقم (25) أن ما نسبته (44.4%) من الذكور والإناث يتابعون أخبار كرة القدم الاوروبية " للحصول على معلومات عن اللاعبين والأحداث التي لم يتمكنوا من الحصول عليها من خلال التلفاز " ، حيث بلغت نسبة الذكور(43.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (93) مفردة، وبلغت نسبة الإناث (50.0%) من مجموعهن الكلي البالغ (24) مفردة ، في حين أن ما نسبته (42.7%) يتابعونها في غير التلفاز " للتأكد من توقيت المباريات " ، حيث بلغت نسبة الذكور (43.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (93) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (41.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (24) مفردة ، وان ما نسبته (12.8%) من المجموع الكلي لأفراد العينة يعزون متابعتهم في غير التلفاز" لعدم وجود اشتراك في تلك القنوات" ، حيث بلغت نسبة الذكور (14.0%) من مجموعهم الكلي البالغ (93) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (8.3%) من مجموعهن الكلي البالغ (24) مفردة.

الإجابة عن السؤال الرابع عشر : ما دور الذي يلعبه تشفير القنوات الفضائية الرياضة في عدم تحفيز أفراد العينة لمشاهدة مباريات كرة القدم الاوروبية ؟

جدول رقم (26) توزيع أفراد العينة حسب رائيهم في أن تشفير القنوات الرياضية لا يحفز المشاهدين على مشاهدة مباريات كرة القدم الاوروبية

النوع الاجتماعي	ذكور		اناث		المجموع الكلي	
الدرجة	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة كبيرة	55	63.2%	13	46.4%	68	59.1%
بدرجة متوسطة	21	24.1%	11	39.2%	32	27.8%
بدرجة ضعيفة	11	12.6%	4	14.2%	15	13.0%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

تشير نتائج بيانات الجدول رقم (26) أن نسبة أفراد العينة الذين ذكروا أن تشفيرالقنوات الرياضية لا يحفز المشاهدين على مشاهدة مباريات كرة القدم الاوروبية " بدرجة كبيرة " بلغت (59.1%) ، حيث بلغت نسبة الذكور (63.2%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) ، وبلغت نسبة الإناث (46.4%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) ، وان (27.8%) ذكروا أن التشفير لا يحفز المشاهدين على المشاهدة " بدرجة متوسطة " ، حيث بلغت نسبة الذكور (24.1%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) ، وبلغت نسبة الإناث (39.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) ، في حين ذكر ما نسبته (13.0%) أن التشفير لا يحفز المشاهدين على المشاهدة " بدرجة ضعيفة " حيث بلغت نسبة الذكور (12.6%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) ، وبلغت نسبة الإناث (14.2%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) .

يتبين من النتائج السابقة أن الغالبية العظمى من الأفراد يرون أن تشفير القنوات لا يحفز المشاهدين على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية ، وبالتالي على القنوات الرياضية أن تعمل على تخفيض أسعار الاشتراك بالقنوات المشفرة لتحفيز المشاهد على الاشتراك بهذه القنوات وبالتالي متابعة الأحداث الرياضية .

جدول رقم (27) توزيع أفراد العينة حسب رائيهم في أن إعادة بث المباريات المشفرة يساعد الجمهور على الاستمرار في متابعة المباريات كرة القدم الاوروبية وبالتالي تحفيزهم على الاشتراك في هذه القنوات

النوع الاجتماعي / الدرجة	ذكور		اناث		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائما	35	40.2%	9	32.1%	44	38.3%
أحيانا	42	48.3%	17	60.7%	59	51.3%
نادرا	10	11.5%	2	7.1%	12	10.4%
المجموع	87	100%	28	100%	115	100%

ويبيّن الجدول رقم (27) أن نسبة المبحوثين من الجنسين ممن يعتقدون أن إعادة بث المباريات المشفرة يساعد الجمهور على الاستمرار في متابعة المباريات كرة القدم الاوروبية وبالتالي تحفيزهم على الاشتراك في هذه القنوات " أحيانا " تبلغ (51.3%)،حيث بلغت نسبة الذكور (48.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (87)مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (60.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، وبلغت نسبة الذين أجابوا " دائما " من المجموع الكلي لأفراد العينة (38.3%) حيث بلغت نسبة الذكور (48.3%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (60.7%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة ، وبلغت نسبة الذين أجابوا " نادرا " من المجموع الكلي لأفراد العينة (10.4%) حيث بلغت نسبة الذكور (11.5%) من مجموعهم الكلي البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (7.1%) من مجموعهن الكلي البالغ (28) مفردة.

يلاحظ الباحث من خلال النتائج في الجدول السابق أن إعادة بث المباريات المشفرة يساعد الجمهور على الاستمرار في متابعة المباريات كرة القدم الاوروبية وبالتالي تحفيزهم على الاشتراك في هذه القنوات ، ويرى الباحث أن على القنوات الفضائية الرياضية أن تقوم بنقل المباريات مسجلة على قنواتها المفتوحة حتى يستطيع الأفراد الذين لا يملكون البطاقات المشفرة من مشاهدتها لاحقا ، وبالتالي تحفيز المشاهد على الاشتراك بالقنوات المشفرة .

الإجابة عن السؤال الخامس عشر : ما التأثيرات الناتجة عن متابعة أفراد العينة لوسائل الاعلام التي تقدم كرة القدم الاوروبية ؟

جدول رقم (28) توزيع أفراد العينة حسب التأثيرات المترتبة على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية

الدرجة	مؤثرة جدا		مؤثرة		قليلة التأثير		غير مؤثرة		المجموع الكلي	
العبارة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1.ازدادت معرفتي بقوانين وقواعد ومفاهيم لعبة كرة القدم.	67	58.2	41	35.7	6	5.2	1	.9	115	100%
2.ازدادت معرفتي بتاريخ الفرق والألعاب الرياضية.	39	33.9	56	48.7	17	14.8	3	2.6	115	100%
3.ازدادت معرفتي بعادات الشعوب في تلك البلدان.	48	41.7	36	31.3	27	23.5	4	3.5	115	100%
4.الاطلاع على المعالم الرياضية في تلك البلدان.	50	43.5	42	36.5	17	14.8	6	5.2	115	100%
5.جعلني أكثر وعيا بأخر المستجدات وتقنية اللعب التي تجري على الساحة الرياضية على مستوى العالم.	55	47.8	33	28.7	20	17.4	7	6.1	115	100%
6. استوديوهات التحليل الرياضي جعلتني أكثر معرفة بالأخطاء الفنية للاعبين ومستوى الدوري الذي أتابعه .	48	41.7	38	33.0	23	20.0	6	5.2	115	100%
7. المقارنة بين الرياضة العربية والرياضة الأجنبية.	42	36.5	52	45.2	16	13.9	5	4.3	115	100%
1. تقليد المعلقين	48	41.7	35	30.4	23	20.0	9	7.8	115	100%
2.حماس المعلق يجذبني إلى متابعة المباراة	52	45.2	41	35.7	15	13.0	7	6.1	115	100%
3. الاستوديوهات التحليلية تحد من التوتر الانفعالي عندما توضح مبررات خسارة الفريق الذي أفضله	50	43.5	45	39.1	14	12.2	6	5.2	115	100%
4. كره حكم المباراة عندما يبين الاعلام أن الحكم هو سبب الخسارة لكثرة الأخطاء التحكيمية.	41	35.6	47	40.9	21	18.3	6	5.2	115	100%
5. إطلاق بعض المسميات على الأحداث الرياضية كالديربي أو الكلاسيكو يجعلني أكثر فضولا لمتابعة هذه الأحداث .	57	49.6	37	32.2	17	14.8	4	3.5	115	100%

100%	115	8.7	10	16.5	19	33.9	39	40.9	47	6. يتولد الانفعال لدي عندما يبين الأستوديو التحليلي أن الإعاقة التي تعرض لها اللاعب لا تستحق العقوبة .
100%	115	4.3	5	23.5	27	33.9	39	38.3	44	7.تولد متابعة كرة القدم الاوروبية لدي الاكتئاب عندما يخسر الفريق الذي أشجعه
100%	115	7.0	8	14.8	17	39.1	45	39.1	45	1. التحدث مع الأسرة والأصدقاء عن المباريات
100%	115	4.3	5	25.2	29	34.8	40	35.7	41	2. محاولة تقليد الرياضيين
100%	115	10.4	12	21.7	25	35.7	41	32.2	37	3. المشاجرة والمشاحنة عند خسارة الفريق الذي أشجعه
100%	115	7.0	8	23.5	27	33.0	38	36.5	42	4. انتقاد المحللين
100%	115	13.0	15	16.5	19	33.9	39	36.5	42	5. خلق العدوانية لدي بسبب خسارة الفريق الذي أشجعه
100%	115	10.4	12	21.7	25	29.6	34	38.3	44	6. تدفعني متابعة كرة القدم الاوروبية إلى شراء ملابس ورموز خاصة بالفريق الذي أشجعه
100%	115	13.0	15	21.7	25	34.8	40	30.4	35	7. عدم متابعة الرياضة المحلية .
100%	115	8.6	10	17.3	20	40.0	46	33.9	39	8.يساهم الشد في متابعة المباريات لسلوكيات غير معتادة لدي كالتدخين وتعاطي العقاقير والمنبهات والمهدئات
100%	115	32.2	37	23.5	27	22.6	26	21.7	25	9. عدم فعل أي شيء.

جدول رقم (28أ) توزيع أفراد العينة حسب التأثيرات المعرفية المترتبة على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية

الدرجة	مؤثرة جدا				مؤثرة				قليلة التأثير				غير مؤثرة			
	ذكور		اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث	
العبارات	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1.ازدادت معرفتي بقوانين وقواعد ومفاهيم لعبة كرة القدم.	51	58.6	16	57.1	32	36.8	9	32.1	3	3.4	3	10.7	1	1.1		
2.ازدادت معرفتي بتاريخ الفرق والألعاب الرياضية.	30	34.5	9	32.1	44	50.6	12	42.9	11	12.6	6	21.4	2	2.3	1	3.6
3.ازدادت معرفتي بعادات الشعوب في تلك البلدان.	38	43.7	10	35.7	28	32.2	8	28.6	19	21.8	8	28.6	2	2.3	2	7.1
4.الاطلاع على المعالم الرياضية في تلك البلدان.	41	47.1	9	32.1	29	33.3	13	46.4	13	14.9	4	14.3	4	4.6	2	7.1
5. استوديوهات التحليل الرياضي جعلتني أكثر وعيا بآخر المستجدات وتقنية اللعب التي تجري على الساحة الرياضية على مستوى العالم .	46	52.9	9	32.1	26	29.9	7	25.0	8	9.2	12	42.9	7	8.0		
6 . استوديوهات التحليل الرياضي جعلتني أكثر معرفة بالأخطاء الفنية للاعبين ومستوى الدوري الذي أتابعه .	32	36.8	16	57.1	32	36.8	6	21.4	17	19.5	6	21.4	6	6.9		
7. المقارنة بين الرياضة العربية والرياضة الأجنبية.	36	41.4	6	21.4	36	41.4	16	57.1	12	13.8	4	14.3	3	3.4	2	7.1

يوضح الجدول رقم (28أ) التأثيرات المعرفية المترتبة على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية ، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأن "ازدادت معرفتي بقوانين وقواعد ومفاهيم لعبة كرة القدم بدرجة "مؤثرة جدا" (58.3%) ، إذ بلغت نسبة الذكور (58.6%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة، وبلغت نسبة الإناث (57.1%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28)مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (35.7%)، إذ بلغت نسبة الذكور (36.8%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87)مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (5.2%)، إذ بلغت نسبة الذكور (3.4%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة، وبلغت نسبة الإناث (10.7%) من المجموع الكلي للإناث (28)مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (.9%)، إذ بلغت نسبة الذكور (1.1%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة، وبلغت نسبة الإناث (0%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

يتبين من النتائج السابقة أن النسبة العظمى من أفراد العينة أجابوا بان معرفتهم بقواعد وقوانين ومفاهيم لعبة كرة القدم قد ازدادت ، وهنا يبرز دور القنوات الفضائية الرياضية في ترسيخ وتشكيل الثقافة الرياضية من خلال ما تقدمة من برامج تهدف إلى توضيح وتفسير قواعد وقوانين لعبة كرة القدم ، ويتبين للباحث أن ارتفاع هذه النسبة كانت بسبب اختصاص هؤلاء الطلبة في المجال الرياضي ، وهذا دافع يشكل حافز مهما في إغناء معلوماتهم واستكمالها بناء على مقررات التربية الرياضية ومساقاتها كونهم طلاب في مجال الاختصاص .

كما تبين النتائج أن (48.7%) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم "ازدادت معرفتهم بتاريخ الفرق والألعاب الرياضية بدرجة "مؤثرة " ، إذ بلغت نسبة الذكور (50.6%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (42.9%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة جدا " فبلغت نسبتهم (33.9%)، إذ بلغت نسبة الذكور (34.5%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (14.8%)، إذ بلغت نسبة الذكور (12.6%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (2.6%)، إذ بلغت نسبة الذكور (2.3%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (3.6%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

توضح النتائج السابقة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة أجابوا بان معرفتهم بتاريخ الفرق والألعاب الرياضية قد ازدادت ، ويشير الباحث إلى أهمية التاريخ الرياضي للفرق الرياضية عموما ، ولكرة القدم خصوصا وما لها من أهمية في إعطاء تصور كامل للمتابع الرياضي في معرفة تاريخ وحاضر الفرق الرياضية ، إضافة إلى ما تقوم به القنوات الرياضية من عرض لتاريخ الفرق وانجازاتها من خلال البرامج التي تخصصها للحديث عن تاريخ الفرق والألعاب الرياضية ، مما يساعد على الإلمام بتاريخ رياضي كروي يساهم في رفع ثقافة الفرد ، ومعرفته للعديد من المحاور والمعلومات الرياضية العامة .

كما تبين النتائج أن (41.7%) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم "ازدادت معرفتهم بعادات الشعوب في تلك البلدان بدرجة "مؤثرة جدا" ، إذ بلغت نسبة الذكور (43.7%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (35.7%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (31.3%)، إذ بلغت نسبة الذكور (32.2%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (23.5%)، إذ بلغت نسبة الذكور (21.8%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87)مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (3.5%)، إذ بلغت نسبة الذكور (2.3%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (7.1%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة.

يتبين من النتائج السابقة أن أفراد العينة يرون بان معرفتهم بعادات الشعوب في تلك البلدان قد ازدادت ، ويرجع الباحث ذلك إلى القنوات الرياضية تعمل كوسيلة لتثقيف الأفراد بثقافة غيرهم حيث انه عند نقل الأحداث الرياضية نشاهد ثقافات اخرى في التشجيع ، وبالتالي منح

المشاهد الفرصة للتعرف على ثقافة الشعوب الأخرى ، وهذا مؤشر آخر يبين أن المنافسات الرياضية ومنها كرة القدم تحمل صفة العالمية في حمل أفكار واتجاهات وميول الشعوب وتبادل تلك الثقافات بين الشعوب من خلال التلاقح الثقافي عبر رياضة كرة القدم .

كما تبين النتائج أن (43.5%) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم "الاطلاع على المعالم الرياضية في تلك البلدان " بدرجة "مؤثرة جدا" ، إذ بلغت نسبة الذكور (47.1%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (36.5%)، إذ بلغت نسبة الذكور (33.3%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (46.4%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

اما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (13.9%)، إذ بلغت نسبة الذكور (14.9%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (14.3%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (5.2%)، إذ بلغت نسبة الذكور (4.6%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (7.1%) من المجموع الكلي للإناث (28)مفردة.

توضح النتائج السابق أن القنوات الرياضية تساهم في الاطلاع على المعالم الرياضية ، فهي تجعل الفرد على علم بالعواصم والبلدان التي توجد بها تلك المعالم الرياضية ، كما تساهم في النهضة العمرانية التي تتميز بها الملاعب فتكون الدافع للمحاكاة ، وذلك يسهم في بنياتنا التحتية بالإضافة للفائدة الإدارية لتعلم كيفية التنظيم للفعاليات الكبرى .

كما تبين النتائج أن (47.8%) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم "جعلتهم أكثر وعيا بآخر المستجدات وتقنية اللعب التي تجري على الساحة الرياضية على مستوى العالم " بدرجة "مؤثرة جدا " ، إذ بلغت نسبة الذكور (52.9%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (33.0%)، إذ بلغت نسبة الذكور (29.9%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (25.0%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (17.4%)، إذ بلغت نسبة الذكور (9.2%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (42.9%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (6.1%)، إذ بلغت نسبة الذكور (8.0%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (0%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة.

نلاحظ من النتائج السابقة أن القنوات الرياضية جعلت الأفراد أكثر وعي بآخر المستجدات على الساحة الرياضية من خلال متابعتها المستمره لأخبار اللاعبين والأندية وما يجري في سوق الانتقالات بين الأندية ، كما جعلتهم أكثر معرفة بتقنية اللعب ويظهر ذلك جليا من خلال الاستوديوهات التحليلية وما تقوم به من توضح وتفسير لتقنية اللعب من خلال الخبراء والمختصين في المجال الرياضي ، ويؤكد الباحث على الأهمية القصوى للتحليل التفصيلي من قبل الخبراء لكل مجريات المباراة من منظور علمي ومدروس يقدم من قبل مهنيين ذوي اختصاص في مجال اللعبة وهذا يزيد من أفق الخيال الصائب لدى المتلقي حيث تكون نظرته للمباريات وفق منهجية استقصها من المحللين ذوي الخبرة .

كما تبين النتائج أن (41.7%) من المجموع الكلي أفادوا بان " استوديوهات التحليل الرياضي جعلتهم أكثر معرفة بالأخطاء الفنية ومستوى الدوري الذي يتابعونه " بدرجة "مؤثرة جدا " ، إذ بلغت نسبة الذكور (36.8%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (57.1%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (33.0%)، إذ بلغت نسبة الذكور (36.8%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (20.0%)، إذ بلغت نسبة الذكور (19.5%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (5.2%)، إذ بلغت نسبة الذكور (6.9%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (0%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة.

تبين النتائج السابقة أن للاستوديوهات التحليلية تأثير كبير في معرفة الأفراد بالأخطاء الفنية ومستوى الدوري الذي يتابعونه ، وذلك من خلال إعادة اللقطات بأسلوب العرض البطيء من خلال الإخراج التلفزيوني وبالتالي الوقوف على المستوى الفني والتحكيمي لتلك المباريات ، ويفيد الباحث بان كثير من المعلومات التي تبث عبر شاشات الفضائيات قد تغير كثير من المفاهيم والانطباعات لدى المتلقي التي قد يكون فيها متحيز لصالح فريق معين نتيجة قصور فهمه للأخطاء التي ارتكبت من قبل احد الفريقين وبالتالي يكون اجتهاده مبني على غير دراية لأحكام وقوانين اللعبة وهنا يأتي دور ذوي الاختصاص ليجيبوا على الكثير من الاستفهامات والتساؤلات التي توضح حقيقة الأخطاء وعقوباتها .

كما تبين النتائج أن (45.2%) من المجموع الكلي أفادوا بان " المقارنة بين الرياضة العربية والرياضة الأجنبية " بدرجة "مؤثرة " ، إذ بلغت نسبة الذكور (41.4%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (57.1%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة جدا " فبلغت نسبتهم (36.5%)، إذ بلغت نسبة الذكور (41.4%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4%) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة.

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (45.2%)، إذ بلغت نسبة الذكور (13.8%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (14.3%) من المجموع الكلي للإناث (28)مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (4.3%)، إذ بلغت نسبة الذكور (3.4%) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (7.1%) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة.

ويضيف الباحث أن الاحتراف في نقل المباريات والاحتراف في اللعب كان مثار مقارنة للمتلقي العربي بين واقع الرياضة العربية والتقدم الواضح للرياضة الأجنبية بكل تفصيلاتها مما جعل هذا المتلقي يشعر بخيبة أمل كبيرة إزاء تأخر الرياضة العربية بالمقارنة مع الأجنبية .

جدول رقم (28ب) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب التأثيرات الوجدانية المترتبة على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية

الدرجة	مؤثرة جدا				مؤثرة				قليلة التأثير				غير مؤثرة			
	ذكور		اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث	
العبارة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1. تقليد المعلقين	37	42.5	11	39.3	29	33.3	6	21.4	15	17.2	8	28.6	6	6.9	3	10.7
2.حماس المعلق يجذبني إلى متابعة المباراة	40	46.0	12	42.9	28	32.2	13	46.4	14	16.1	1	3.6	5	5.7	2	7.1
3. الاستوديوهات التحليلية تحد من التوتر الانفعالي عندما توضح مبررات خسارة الفريق الذي أفضله	41	47.1	9	32.1	30	34.5	15	53.6	11	12.6	3	10.7	5	5.7	1	3.6
4. كره حكم المباراة عندما يبين الاعلام أن الحكم هو سبب الخسارة لكثرة الأخطاء التحكيمية.	33	37.9	8	28.6	36	41.4	11	39.3	15	17.2	6	21.4	3	3.4	3	10.7
5. إطلاق بعض المسميات على الأحداث الرياضية كالديربي أو الكلاسيكو يجعلني أكثر فضولا لمتابعة هذه الأحداث .	41	47.1	16	57.1	30	34.5	7	25.0	12	13.8	5	17.9	4	4.6		
6. يتولد الانفعال لدي عندما يبين الأستوديو التحليلي أن الإعاقة التي تعرض لها اللاعب لا تستحق العقوبة.	33	37.9	14	50.0	34	39.1	5	17.9	13	14.9	6	21.4	7	8.0	3	10.7
7.تولد متابعة كرة القدم الاوروبية لدي الاكتئاب عندما يخسر الفريق الذي أشجعه	36	41.4	8	28.6	27	31.0	12	42.9	20	23.0	7	25.0	4	4.6	1	3.6

يوضح الجدول رقم (28ب) التأثيرات الوجدانية المترتبة على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية ، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأن "تقليد المعلقين " بدرجة "مؤثرة جدا " (41.7%) ، إذ بلغت نسبة الذكور (42.5) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (39.3) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (30.4%)، إذ بلغت نسبة الذكور (33.3) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (20.0)، إذ بلغت نسبة الذكور (17.2) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (7.8)، إذ بلغت نسبة الذكور (5.7) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (10.7) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة.

توضح النتائج السابقة أن أفراد العينة يميلون إلى تقليد المعلقين الرياضيين ، وهذا مؤشر على أن هنالك تعاطف من قبل أفراد العينة مع المعلقين وحبهم لتقليدهم . ويرى الباحث أن هنالك اندماج وجداني بين المتلقين والمعلقين وهذا دليل على إمكانيات المعلقين اللغوية والفنية والصوتية والثقافية والتي حازت على تكوين صورة ذهنية ايجابية لدى هؤلاء المتلقين مما حدا بهم لان يقلدوا المعلقين جراء التأثر الايجابي الواضح والكبير بينهما.

كما تبين النتائج أن (45.2) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم "حماس المعلق يجذبني إلى متابعة المباراة " بدرجة "مؤثرة جدا " ، إذ بلغت نسبة الذكور (46.0) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (42.9) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة.

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (35.7)، إذ بلغت نسبة الذكور (32.2) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (46.4) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (13.0)، إذ بلغت نسبة الذكور (16.1) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (6.1)، إذ بلغت نسبة الذكور (5.7) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (7.1) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

توضح النتائج السابقة أن حماس المعلق يؤثر على مشاهدة الأفراد لمباريات كرة القدم الاوروبية وبالتالي فهم يميلون إلى المعلق الأكثر حماسا نظرا لأنه يعمل على جذبهم لمتابعة المباراة أكثر من المعلق الأقل حماسا ، يوضح الباحث أن هنالك سمات تختلف من معلق إلى آخر في إدارة

المباريات قبل وأثناء وبعد المباريات مصحوبة أما بحماس عالي جدا أو ببرود واضح وهذا يعطي اتجاهات للمتلقين بأهمية المباراة وإمكانية تحفيز العواطف والمشاعر وإلهاب الحماس وجعل هناك نوع من الشد لمتابعة المباريات والمنافسات الكروية.

كما تبين النتائج أن (43.5) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " الاستوديوهات التحليلية تحد من التوتر الانفعالي عندما توضح مبررات خسارة الفريق الذي أفضله " بدرجة "مؤثرة جدا " ، إذ بلغت نسبة الذكور (47.1) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (39.1)، إذ بلغت نسبة الذكور (34.5) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (53.6) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (12.2)، إذ بلغت نسبة الذكور (12.6) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (10.7) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (5.2)، إذ بلغت نسبة الذكور (5.7) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (3.6) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة.

تبين النتائج السابقة أن أفراد العينة يرون أن الاستوديوهات التحليلية تحد من التوتر الانفعالي لديهم ، نظرا لأنها تعتمد على الواقع والمنطق في توضيح أسباب الخسارة التي تعرض لها الفريق المفضل لدى أفراد العينة ، ويشير الباحث إلى أن كثير من المبررات التي يعرضها خبراء الأستوديو التحليلي التي تعطي مسوغات لأسباب الخسارة وبالتالي التقليل من حالات التوتر نتيجة التفسيرات المنطقية والعلمية والموضوعية والتي تساهم في إعطاء أسباب مقبولة للخسارة مثلا وتقلل من حجم وقع الصدمة والتوتر الذي يعيشه المتلقي نتيجة الفهم الحقيقي لأسباب الخسارة.

كما تبين النتائج أن (40.9) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " كره حكم المباراة عندما يبين الاعلام أن الحكم هو سبب الخسارة لكثرة الأخطاء التحكيمية " بدرجة "مؤثرة " ، إذ بلغت

نسبة الذكور (41.4) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (39.3) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة جدا " فبلغت نسبتهم (35.7)، إذ بلغت نسبة الذكور (37.9) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (18.3)، إذ بلغت نسبة الذكور (17.2) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (5.2)، إذ بلغت نسبة الذكور (3.4) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (10.7) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

تبين النتائج أن الأفراد يميلون إلى كره حكم المباراة عندما يبين الاعلام أن الحكم هو سبب الخسارة لكثرة الأخطاء التحكيمية ، ويرى الباحث أن هذا الانطباع يتشكل نتيجة شعور نفسي ورد فعل سلبي كون أن الحكم كان فيصلا في هذه الخسارة لاسيما بعد حصول المتلقي على معلومات من قبل المعلقين ومقدمي وضيوف الأستوديو التحليلي والتي يشيرون فيها إلى معلومات موضوعية غير قابلة للدحض والاجتهاد الشخصي وبالتالي يكون هذا الانطباع مبني على أسس عقلية من جهة وعاطفية من جهة اخرى .

كما تبين النتائج أن (49.6) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " إطلاق بعض المسميات على الأحداث الرياضية كالديربي أو الكلاسيكو يجعلني أكثر فضولا لمتابعة هذه الأحداث " بدرجة "مؤثرة جدا " ، إذ بلغت نسبة الذكور (47.1) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (57.1) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (32.2)، إذ بلغت نسبة الذكور (34.5) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (25.0) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (14.8)، إذ بلغت نسبة الذكور (13.8) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (17.9) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (3.5)، إذ بلغت نسبة الذكور (4.6) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (0.0) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة.

توضح النتائج السابقة أن إطلاق بعض المسميات على الأحداث الرياضية كالديربي أو الكلاسيكو يجعل أفراد العينة أكثر فضولا لمتابعة هذه الأحداث ، نظرا لما تتمتع به تلك المسميات من تشويق وإثارة يخاطب العاطفة ويستثيرها للمشاهدة ، ويشير الباحث إلى أن المصطلحين يحملان معنيين مختلفين عن بعضهما البعض ، فمصطلح كلاسيكيو يطلق على لقاء فريقين معينين في الدور يحمل لقائهما تاريخ خاص أو طابع مميز تتميز به هذه المباراة عن غيرها من المباريات ، ومصطلح ديربي يطلق على لقاء خاص بين فريقين من نفس المدينة ، وهذا مؤشر على أن هذه اللعبة قد استطاعت أن تخترق جدار المحلية والإقليمية لتصبح عالمية من خلال عولمة هذين المصطلحين ، حيث أن هذين المصطلحين يتم تداولهما بكل دوريات كرة القدم الاوروبية ، لا بل وحتى دوريات العالم ككل ، وهذا مؤشر على أن هذه المنافسات لها اثر بالغ ، ووسيلة لجذب المتابعين من خلال وقع التسمية الإعلامية الترويجية والتسويقية لكل أرجاء العالم .

كما تبين النتائج أن (40.9) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " يتولد الانفعال لدي عندما يبين الأستوديو التحليلي أن الإعاقة التي تعرض لها اللاعب لا تستحق العقوبة " بدرجة "مؤثرة جدا" ، إذ بلغت نسبة الذكور (37.9) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (50.0) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (33.9)، إذ بلغت نسبة الذكور (39.1) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (17.9) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (16.5)، إذ بلغت نسبة الذكور (14.9) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (8.7)، إذ بلغت نسبة الذكور (8.0) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (10.7) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

توضح النتائج السابقة انه يتولد الانفعال لدى أفراد العينة عندما يبين الأستوديو التحليلي أن الإعاقة التي تعرض لها اللاعب لا تستحق العقوبة ، ويضيف الباحث أن المعلومات الدقيقة التي يحصل عليها المتلقي من خلال التحليلات الرياضية تسهم في تعزيز وجهة نظره في نقد المباراة وحكمها وكذلك تولد لديه انطباعا بان ظلما قد وقع على فريقه جراء المساندة العلمية التي قدمها له الأستوديو التحليلي وتوافقت مع رؤاه وشكلت بالتالي انفعالا وتوترا إزاء ما حدث .

كما تبين النتائج أن (38.3) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " تولد متابعة كرة القدم الاوروبية لدي الاكتئاب عندما يخسر الفريق الذي أشجعه " بدرجة "مؤثرة جدا " ، إذ بلغت نسبة الذكور (41.4) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (33.9)، إذ بلغت نسبة الذكور (31.0) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (42.9) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (23.5)، إذ بلغت نسبة الذكور (23.0) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (25.0) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (4.3)، إذ بلغت نسبة الذكور (4.6) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (3.6) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة.

توضح النتائج السابقة أن متابعة كرة القدم الاوروبية تولد الاكتئاب عندما يخسر الفريق الذي يشجعه افراد العينة ، وبالتالي فان هذه المتابعة تجعل الفرد أكثر انفعالية وأكثر تعاطفا مع الفرق التي يشجعها، ويرى الباحث أن هنالك أثرا نفسيا بالغا يتكون من خلال هذا التنافس الذي يعرض عبر شاشات الفضائيات ، ويكون محل متابعة من قبل فريقين من الجماهير فيشعر الفائز بالبهجة والفرح ، بينما يتملك الحزن و الاكتئاب صاحب الخسارة نتيجة التعليقات والاستخفافات التي يعرضها الاعلام بعد حين كجزء من تبعات الفوز والخسارة .

جدول رقم (28 ج) توزيع أفراد العينة من الجنسين حسب التأثيرات السلوكية المترتبة على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية

الدرجة	مؤثرة جدا				مؤثرة				قليلة التأثير				غير مؤثرة			
	ذكور		اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث		ذكور		اناث	
العبارة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1. التحدث مع الأسرة والأصدقاء عن المباريات	35	40.2	10	35.7	36	41.4	9	32.1	12	13.8	5	17.9	4	4.6	4	14.3
2. محاولة تقليد الرياضيين	30	34.5	11	39.3	31	35.6	9	32.1	24	27.6	5	17.9	2	2.3	3	10.7
3. المشاجرة والمشاحنة عند خسارة الفريق الذي أشجعه	29	33.3	8	28.6	36	41.4	5	17.9	18	20.7	7	25.0	4	4.6	8	28.6
4. انتقاد المحللين	34	39.1	8	28.6	31	35.6	7	25.0	17	19.5	10	35.7	5	5.7	3	10.7
5. خلق العدوانية لدي بسبب خسارة الفريق الذي أشجعه	32	36.8	10	35.7	34	39.1	5	17.9	14	16.1	5	17.9	7	8.0	8	28.6
6. تدفعني متابعة كرة القدم الاوروبية إلى شراء ملابس ورموز خاصة بالفريق الذي أشجعه	34	39.1	10	35.7	30	34.5	4	14.3	19	21.8	6	21.4	4	4.6	8	28.6
7. عدم متابعة الرياضة المحلية .	26	29.9	9	32.1	33	37.9	7	25.0	18	20.7	7	25.0	10	11.5	5	17.9
8.يساهم الشد في متابعة المباريات لسلوكيات غير معتادة لدي كالتدخين وتعاطي العقاقير والمنبهات والمهدئات	31	35.6	8	28.6	39	44.8	7	25.0	13	14.9	7	25.0	4	4.6	6	21.4
9. عدم فعل أي شيء.	17	19.5	8	28.6	22	25.3	4	14.3	21	24.1	6	21.4	27	31.0	10	35.7

يوضح الجدول رقم (28ج) التأثيرات السلوكية المترتبة على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأن" التحدث مع الأسرة والأصدقاء عن المباريات " بدرجة "مؤثرة جدا " (39.1) ، إذ بلغت نسبة الذكور (40.2) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (35.7) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة.

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (39.1)، إذ بلغت نسبة الذكور (41.4) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (14.8)، إذ بلغت نسبة الذكور (13.8) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (17.9) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (7.0)، إذ بلغت نسبة الذكور (2.3) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (14.3) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

توضح النتائج السابق أن الأفراد يميلون إلى التحدث مع الأسرة والأصدقاء عن هذه المباريات ، ويلفت الباحث الانتباه في هذه النتيجة إلى أن دور وسائل الاعلام يكاد يكون بنفس القوة قبل وأثناء وبعد المباريات من خلال تهيئة الأذهان والأنفس لهذا الحدث الكبير والمنافسة من خلال المنافسة الإعلامية عبر وسائل الاعلام المختلفة ، والتحليلات مما يجعل المتلقين في حوار وجدال دائم ومستمر مع محيط الأسرة والأصدقاء قبيل المباراة وأثنائها لتأكيد ما تم مناقشته وتوقعه قبل المباراة مما يعطي جوا حماسيا ومشهدا رياضيا واجتماعيا للتعليق على المباراة بكل تفاصيلها ، وهنالك مناقشات كبيرة جدا لا تقل أهمية عن قبل وأثناء المباراة تأتي بعد المبارة حيث يتداول ويتدارس المشاهدون ما جرى خلال المباراة وفق تحليلاتهم وتحليلات النقاد التي حصلوا عليها أثناء الفترة التي رافقت المباراة.

كما تبين النتائج أن (35.7) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " محاولة تقليد الرياضيين " بدرجة "مؤثرة جدا " ، إذ بلغت نسبة الذكور (34.5) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (39.3) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28)مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (34.8)، إذ بلغت نسبة الذكور (35.6) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (25.2)، إذ بلغت نسبة الذكور (27.6) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (17.9) من المجموع الكلي للإناث (28)مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (4.3)، إذ بلغت نسبة الذكور (2.3) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (10.7) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

توضح النتائج السابقة أن أفراد العينة يقومون بتقليد الرياضيين والتأثر بسلوكهم ، ويلاحظ الباحث أن هذا التقليد كان له سمة مميزة خصوصا في موضة وتقليعات قصة الشعر للرياضيين المحببين ، حيث نجد أن صالونات الحلاقة شهدت إقبالا كبيرا لتلبية طلبات الأفراد الذين يرغبون بعمل قصات شعرهم تقليدا للاعب مفضل لديهم .

كما تبين النتائج أن (32.2) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " المشاجرة والمشاحنة عند خسارة الفريق الذي أشجعه " بدرجة "مؤثرة " ، إذ بلغت نسبة الذكور (41.4) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (17.9) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة.

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة جدا " فبلغت نسبتهم (35.7)، إذ بلغت نسبة الذكور (33.3) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (21.7)، إذ بلغت نسبة الذكور (20.7) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (25.0) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (10.4)، إذ بلغت نسبة الذكور (4.6) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

توضح النتائج السابقة أن مشاهدة المباريات تؤثر على سلوك الأفراد وتدفعهم إلى المشاجرة والمشاحنة عند خسارة الفريق الذي يشجعونه ، ويلاحظ الباحث أن نسبة مهمة جدا تتخذ سلوكا عدوانيا يصل إلى حد المشاجرة وقبلها المشاحنة مما يدل على الأثر النفسي أولا الذي يجسد سلوكا عدائيا نتيجة هذه المؤثرات التي صاحبة المشاحنة وهذا دليل على حجم المنافسة المختلفة التي

عرضتها الفضائيات وما رافقها من عرض إعلامي ومعلوماتي ساهم في تجييش المشاعر وتأثراه الانفعالات التي تحولت إلى سلوكيات عدوانية .

كما تبين النتائج أن (36.5) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " انتقاد المحللين " بدرجة "مؤثرة جدا " ، إذ بلغت نسبة الذكور (39.1) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (33.0)، إذ بلغت نسبة الذكور (35.6) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (25.0) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (23.5)، إذ بلغت نسبة الذكور (19.5) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (35.7) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (7.0)، إذ بلغت نسبة الذكور (5.7) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (10.7) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

نلاحظ من النتائج السابقة أن أفراد يقومون بانتقاد المحللين ويرى الباحث أن السبب في ذلك يعود إلى كون أن أفراد العينة هم من المختصون في الجانب الرياضي وبالتالي قد لا تتفق آراء المحللين مع آراء هذه الفئة من أفراد العينة .

كما تبين النتائج أن (38.3) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " تدفعني متابعة كرة القدم الاوروبية إلى شراء ملابس ورموز خاصة بالفريق الذي أشجعه " بدرجة "مؤثرة جدا " ، إذ بلغت نسبة الذكور (39.1) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (35.7) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (29.6)، إذ بلغت نسبة الذكور (34.5) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (14.3) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (21.7)، إذ بلغت نسبة الذكور (21.8) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (10.4)، إذ بلغت نسبة الذكور (4.6) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

نلاحظ من النتائج السابقة أن متابعة كرة القدم الاوروبية تدفع الأفراد إلى شراء ملابس ورموز خاصة بالفريق الذي يفضلونه ،ويبين الباحث رؤيته لهذه النتيجة إلى حجم التشجيع والإعجاب التي تحظى به هذه الفرق لدى الأفراد ، والدور الذي تساهم به الفضائيات من خلال تسويقها للفرق والرياضيين الذي يصل إعجابهم إلى اقتناء الملابس والمستلزمات الرياضية المشابهة لتلك التي يقتنيها اللاعبون المعجبين بهم والفرق المشجعين لها .

كما تبين النتائج أن (34.8) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم "عدم متابعة الرياضة المحلية " بدرجة "مؤثرة " ، إذ بلغت نسبة الذكور (37.9) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (25.0) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة جدا " فبلغت نسبتهم (30.4)، إذ بلغت نسبة الذكور (29.9) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (32.1) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (21.7)، إذ بلغت نسبة الذكور (20.7) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (25.0) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (13.0)، إذ بلغت نسبة الذكور (11.5) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (17.9) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

يتضح من النتائج السابقة أن غالبية أفراد العينة يميلون إلى عدم متابعة الرياضة المحلية وتفضيل الرياضة الاوروبية ، ويؤكد الباحث بان المستوى العالي للأداء والاحتراف وعرض الدوريات بطريقة إعلاميا ذكية كان لها أثرا في إعطاء انطباع سلبي للدوريات العربية لدى

المتلقين نظرا للمستوى الأقل أداء والأقل عرضا من قبل الاعلام مما دفع بالأفراد إلى متابعة الدوريات الاوروبية بشكل كبير.

كما تبين النتائج أن (40.0) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " يساهم الشد في متابعة المباريات لسلوكيات غير معتادة لدي كالتدخين وتعاطي العقاقير والمنبهات والمهدئات " بدرجة "مؤثرة " ، إذ بلغت نسبة الذكور (44.8) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87)مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (25.0) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة جدا " فبلغت نسبتهم (33.9)، إذ بلغت نسبة الذكور (35.6) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (17.4)، إذ بلغت نسبة الذكور (14.9) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (25.0) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (8.7)، إذ بلغت نسبة الذكور (4.6) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87)مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

توضح النتائج السابقة أن متابعة المباريات تؤدي لسلوكيات غير معتادة لدي كالتدخين وتعاطي العقاقير والمنبهات والمهدئات، ويشير الباحث إلى أهمية هذه النقطة من خلال خطورتها التي تدعو المتلقي إلى تعاطي المنبهات والمهدئات وهذا دليل على قوة تأثير الضغط الإعلامي والنفسي لهذه المنافسات ، وهذا يعني أن درجة الأثر النفسي لمتابعة منافسات هذه الدوريات عبر هذه الفضائيات وما يصاحبها من مؤثرات له ابلغ الأثر على إضفاء سلوكيات لم تكن موجودة لدى المتلقين حتى عند تعرضهم لضغوط خارج إطار لعبة كرة القدم ، ومن جهة ثانية يؤكد الباحث أن هنالك الكثير من المتلقين ويتعاطون السجائر والارجيلة كجزء من مكملات المتعة للجو والمناخ الذي يحيط بالمتلقي المتابع لمثل هذه المباريات .

كما تبين النتائج أن (21.7) من المجموع الكلي أفادوا بأنهم " عدم فعل أي شيء " بدرجة "مؤثرة جدا " ، إذ بلغت نسبة الذكور (19.5) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (28.6) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "مؤثرة " فبلغت نسبتهم (22.6)، إذ بلغت نسبة الذكور (25.3) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (14.3) من المجموع الكلي للإناث البالغ (28)مفردة

أما الذين أجابوا بدرجة "قليلة التأثير" فبلغت نسبتهم (23.5)، إذ بلغت نسبة الذكور (24.1) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (21.4) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

أما الذين أجابوا بدرجة "غير مؤثرة" فبلغت نسبتهم (32.2)، إذ بلغت نسبة الذكور (31.0) من المجموع الكلي للذكور البالغ (87) مفردة ، وبلغت نسبة الإناث (35.7) من المجموع الكلي للإناث (28) مفردة .

يلاحظ الباحث أن هذه النتيجة نالت اقل النتائج في حجم التأثير حيث كان النتائج السابقة مجملها عاليه جدا في أحجام التأثير سواء كانت معرفية أو وجدانية أو سلوكية إلا أن هنالك نسبة قليلة يجدون بان المؤثرات قلية وهذا دليل على ان الكثرة الكاثرة هم أكثر تأثرا بما تعرضه الفضائيات وطريقة عرضها والمؤثرات التي تصاحب المنافسات (قبل ، وأثناء، وبعد المشاهدة) وهذا دليل على قوة تلك تأثير تلك الفضائيات والتي اشرنا لها ضمن فرضيات الدراسة وكانت كلها مطابقة إلى ما ذهبنا إليه قبل الشروع في الدراسة ما عدا " وجود فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات الوجدانية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير الجنس "

ثانيا : التحقق من فرضيات الدراسة

نتائج اختبار الفرض الأول:

لاختبار الفرض الأول تم إجراء اختبار معامل (T) لقياس أثر النوع الاجتماعي لأفراد العينة على للتأثيرات المعرفية الناتجة عن المتابعة ، وهي كما يلي :

جدول (29)

اختبار "T" للتأثيرات المعرفية الناتجة عن المتابعة حسب متغير النوع الاجتماعي

		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
التأثيرات المعرفية	ذكور	87	3.27	.535	1.130	113	.261
	اناث	28	3.14	.499			

تشير بيانات الجدول رقم (29) أن قيمة "T" المحسوبة بلغت (1.130) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند درجة حرية (113) ودلالة إحصائية (.261) ، وهذه النتيجة تثبت صحة الفرض القائل "لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات المعرفية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي ".

الفرض الثاني :

لاختبار الفرض الثاني تم إجراء اختبار معامل (T) لقياس أثر النوع الاجتماعي لأفراد العينة على للتأثيرات الوجدانية الناتجة عن المتابعة، وهي كما يلي

جدول (30)

اختبار "T" للتأثيرات الوجدانية الناتجة عن المتابعة حسب متغير النوع الاجتماعي

		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
التأثيرات الوجدانية	ذكور	87	3.12	.550	1.079	113	.283
	اناث	28	2.99	.534			

تشير بيانات الجدول رقم (30) أن قيمة "T" المحسوبة بلغت (1.079) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند درجة حرية (113) ودلالة إحصائية (.283) ، وهذه النتيجة تثبت عدم صحة الفرض القائل " توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات الوجدانية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير الجنس "

الفرض الثالث :

لاختبار الفرض الثالث تم إجراء اختبار معامل (T) لقياس أثر النوع الاجتماعي لأفراد العينة على للتأثيرات السلوكية الناتجة عن المتابعة ، وهي كما يلي :

جدول (31)

اختبار "T" للتأثيرات السلوكية الناتجة عن المتابعة حسب متغير النوع الاجتماعي

		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
التأثيرات السلوكية	ذكور	87	2.97	.556	2.187	113	.031
	اناث	28	2.66	.887			

أثبتت النتائج في الجدول رقم (31) صحة الفرض القائل " توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات السلوكية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير الجنس " ، استنادا إلى قيمة "T" المحسوبة إذ بلغت (2.187) وبمستوى دلالة (.031) ، وكان الفارق لصالح الذكور بدليل ارتفاع متوسطهم الحسابي الذي بلغ (2.97) عن المتوسط الحسابي للإناث الذي بلغ (2.66) .

الفرض الرابع :

لاختبار الفرض الرابع تم إجراء اختبار معامل (ANOVA) تحليل التباين الأحادي من مرحلة واحدة لاختبار الفرق بين مكان السكن في التأثيرات المعرفية الناتجة عن المتابعة ، وهي كما يلي :

جدول رقم (32)

اختبار "F" للتأثيرات المعرفية الناتجة عن المتابعة حسب مكان السكن

الفئات		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التأثيرات المعرفية	مدينة	50	3.16	.525
	قرية	59	3.28	.546
	بادية	6	3.39	.270
	Total	115	3.24	.527

المصدر		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
التأثيرات المعرفية	بين المجموعات	.524	2	.262	.940	.394
	داخل المجوعات	31.193	112	.279		
	الكلي	31.717	114			

يتضح من بيانات الجدول رقم (32) أن قيمة "F" المحسوبة (.940) وهي قيمة غير داله إحصائيا عند درجة حرية (.394) ، وهذا يثبت صحة الفرض القائل " لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات المعرفية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير مكان السكن "

الفرض الخامس :

لاختبار الفرض الخامس تم إجراء اختبار معامل (ANOVA) تحليل التباين الأحادي من مرحلة واحدة لاختبار الفرق بين مكان السكن في التأثيرات الوجدانية الناتجة عن المتابعة ، وهي كما يلي :

الجدول رقم (33)

اختبار "F" للتأثيرات الوجدانية الناتجة عن المتابعة حسب مكان السكن

الفئات		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التأثيرات الوجدانية	مدينة	50	3.10	.519
	قرية	59	3.05	.586
	بادية	6	3.33	.306
	Total	115	3.09	.547

المصدر		مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
التأثيرات الوجدانية	بين المجموعات	.478	2	.239	.797	.453
	داخل المجوعات	33.604	112	.300		
	الكلي	34.082	114			

يتضح من بيانات الجدول رقم (33) أن قيمة "F" المحسوبة (.797) وهي قيمة غير داله إحصائيا عند درجة حرية (114) ، وهذا يثبت صحة الفرض القائل " لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات الوجدانية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير مكان السكن " .

الفرض السادس :

لاختبار الفرض السادس تم إجراء اختبار معامل (ANOVA) تحليل التباين الأحادي من مرحلة واحدة لاختبار الفرق بين مكان السكن في التأثيرات السلوكية الناتجة عن المتابعة ، وهي كما يلي :

الجدول رقم (34)

اختبار "F" للتأثيرات السلوكية الناتجة عن المتابعة حسب مكان السكن

الفئات		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التأثيرات السلوكية	مدينة	50	2.87	.697
	قرية	59	2.93	.657
	بادية	6	2.71	.361
	Total	115	2.89	.661

	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
التأثيرات السلوكية	بين المجموعات	.319	2	.160	.361	.698
	داخل المجوعات	49.501	112	.442		
	الكلي	49.820	114			

يتضح من بيانات الجدول رقم (34) أن قيمة "F" المحسوبة (.361) وهي قيمة غير داله إحصائيا عند درجة حرية (114) ، وهذا يثبت صحة الفرض القائل " لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات السلوكية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير مكان السكن " .

الفرض السابع :

لاختبار الفرض السابع تم إجراء اختبار معامل (T) لقياس أثر المستوى الدراسي لأفراد العينة على للتأثيرات المعرفية الناتجة عن المتابعة ، وهي كما يلي :

جدول رقم (35)

اختبار "T" للتأثيرات المعرفية الناتجة عن المتابعة حسب متغير المستوى الدراسي

		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
التأثيرات المعرفية	ثالثة	72	3.15	.569	-2.377	113	.019
	رابعة	43	3.39	.415			

أثبتت النتائج في الجدول رقم (35) عدم صحة الفرض القائل " لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات المعرفية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير المستوى الدراسي " ، استنادا إلى قيمة "T" المحسوبة إذ بلغت (-2.377) وبمستوى دلالة (.019) ، وكان الفارق لصالح الذكور بدليل ارتفاع متوسطهم الحسابي الذي بلغ (3.39) عن المتوسط الحسابي للإناث الذي بلغ (3.15) .

الفرض الثامن :

لاختبار الفرض الثامن تم إجراء اختبار معامل (T) لقياس أثر المستوى الدراسي لأفراد العينة على للتأثيرات المعرفية الناتجة عن المتابعة ، وهي كما يلي :

جدول (36)

اختبار "T" للتأثيرات الوجدانية الناتجة عن المتابعة حسب متغير المستوى الدراسي

		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
التأثيرات الوجدانية	ثالثة	72	3.06	.597	-.550	113	.583
	رابعة	43	3.12	.454			

تشير بيانات الجدول رقم (36) أن قيمة "T" المحسوبة بلغت (-.550) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند درجة حرية (113) ودلالة إحصائية (.583) ، وهذه النتيجة تثبت صحة الفرض القائل " لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات الوجدانية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير المستوى الدراسي "

الفرض التاسع :

لاختبار الفرض التاسع تم إجراء اختبار معامل (T) لقياس أثر المستوى الدراسي لأفراد العينة على للتأثيرات السلوكية الناتجة عن المتابعة ، وهي كما يلي :

جدول (37)

اختبار "T" للتأثيرات السلوكية الناتجة عن المتابعة حسب متغير المستوى الدراسي

		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
التأثيرات السلوكية	ثالثة	72	2.97	.684	1.613	113	.109
	رابعة	43	2.76	.608			

تشير بيانات الجدول رقم (39) أن قيمة "T" المحسوبة بلغت (1.613) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند درجة حرية (113) ودلالة إحصائية (.109) ، وهذه النتيجة تثبت صحة الفرض القائل " لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات السلوكية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير المستوى الدراسي "

المبحث الثالث

النتائج والتوصيات

يتضمن المبحث الثالث من الفصل الرابع أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة المتعلقة ، دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك ، كما يتضمن هذا القسم أهم التوصيات التي يقترح الباحث الأخذ بها .

أولا : أهم نتائج الدراسة :

ومن أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة :

- أن الغالبية (72.3 %) من طلاب كلية التربية الرياضية في السنة الثالثة والرابعة يشاهدون مباريات كرة القدم الأوروبية بنسبة عالية حيث بلغت نسبة مشاهدة الذكور (89.7%) ، في حين بلغت نسبة مشاهدة الإناث في (45.2%) .
- أوضحت النتائج أسباب مشاهدة أفراد العينة لمباريات كرة القدم الأوروبية كما يلي مرتبة ترتيبا تنازليا (من الأعلى إلى أدنى) : التشويق الذي تتمتع به تلك المباريات ، عرض المباريات بشكل جذاب ، زيادة المعرفة في المجال الرياضي الأوروبي ، ملائمة الوقت الذي تعرض فيه المباريات لأوقات الفراغ ، عدم وجود فرق رياضية عربية ودولية منافسة للأوروبية .
- بينت النتائج القناة الرياضية المفضلة لدى أفراد العينة ، حيث جاءت قناة الجزيرة الرياضية في المرتبة الأولى من حيث التفضيل بنسبة (68.6%) ، وجاءت في المرتبة الثانية قناة دبي الرياضية بنسبة (16.5%) ، واحتلت قناة ابو ظبي الرياضية المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (14.7%) .
- بينت النتائج أهم الدوريات الأوروبية التي يفضل مشاهدتها من قبل أفراد العينة كما يلي مرتبة ترتيبا تنازليا (من الأكثر مشاهدة إلى الأقل مشاهدة) : الدوري الاسباني ، دوري إبطال أوروبا ، الدوري الانجليزي ، الدوري الألماني ، الدوري الايطالي، الدوري الأوروبي ، الدوري الفرنسي .
- أوضحت النتائج إن (77.4%) من أفراد العينة يرون إن لكفاءة المعلقين على المباريات الأوروبية دور في جذبهم لمشاهدتها ، وجاء معلق قناة الجزيرة الرياضية عصام الشوالي

في المرتبة الأولى من بين المعلقين الرياضيين المفضلين لدى أفراد العينة بنسبة تفضيل بغلت (40.8%).

- بينت النتائج إن (74.8%) من أفراد العينة يرون إن لكفاءة المحللين الذين تستضيفهم الفضائيات الرياضية دور في انجذابهم لها ، وجاء محلل قناة الجزيرة الرياضية حازم إمام في المرتبة الأولى من بين المحللين الرياضيين المفضلين لدى أفراد العينة بنسبة تفضيل بلغت (27.5%) .

- أوضحت النتائج الوسائل الإعلامية التي يفضلها أفراد العينة لمتابعة الإخبار المتعلقة بمباريات كرة القدم الأوروبية في غير التلفاز حيث جاء الانترنت في مقدمة هذه الوسائل بنسبة (51.3%) ، تلاها الصحف بنسبة (33.9%) ، ثم الراديو بنسبة (7.0%) وبلغت نسبة الأفراد الذين لا يتابعون في غير التلفاز (7.8%) .

- بينت النتائج إن هناك ثلاثة انواع من التأثيرات (معرفية، وجدانية ، سلوكية) ، وقد تم ترتيبها ترتيبا تنازليا :

أ. **تأثيرات معرفية** : وجاء في مقدمة هذه التأثيرات زيادة المعرفة بقوانين وقواعد ومفاهيم لعبة كرة القدم ، تلاها مباشرةً زيادة المعرفة بتاريخ الفرق والألعاب الرياضية ، ثم زيادة المعرفة بعادات الشعوب في تلك البلدان ،ثم الاطلاع على المعالم الرياضية في تلك البلدان ، ثم زيادة المعرفة بالعقوبات في الوسط الرياضي الأوروبي ، ثم المقارنة بين الرياضة العربية والرياضة الأجنبية ، ثم الاطلاع على آخر المستجدات وتقنية اللعب التي تجري على الساحة الرياضية على مستوى العالم ،. زيادة المعرفة بالأخطاء الفنية للاعبين ومستوى الدوري الذي يتابعه أفراد العينة من خلال الاستوديوهات التحليل الرياضي .

ب. **تأثيرات وجدانية** : وجاء في مقدمة هذه التأثيرات تقليد المعلقين ،ثم حماس المعلق يجذب إلى متابعة المباراة ، ثم الاستوديوهات التحليلية تحد من التوتر الانفعالي عندما توضح مبررات خسارة الفريق المفضل، ثم كره حكم المباراة عندما يتبين إن الحكم هو سبب الخسارة لكثرة الأخطاء التحكمية ، ثم إطلاق بعض المسميات على الإحداث الرياضية كالديربي أو الكلاسيكو يجعل الفرد أكثر فضولا لمتابعة هذه الإحداث زيادة الانفعال عندما يبين الأستوديو التحليلي إن الإعاقة التي تعرض لها

اللاعب لا تستحق العقوبة ،ثم تولد متابعة كرة القدم الأوروبية الاكتئاب عند خسارة الفريق المفضل.

جـ - تأثيرات سلوكية : وجاء في مقدمة هذه التأثيرات التحدث مع الأسرة والأصدقاء عن المباريات، محاولة تقليد الرياضيين ، ثم المشاجرة والمشاحنة عند خسارة الفريق الذي أشجعه ، ثم انتقاد المحللين ، ثم خلق العدوانية لدي بسبب خسارة الفريق المفضل ، انتقاد المحللين ،ثم خلق العدوانية لدي بسبب خسارة الفريق الذي أشجعه ، ثم تدفع متابعة كرة القدم الأوروبية إلى شراء ملابس ورموز خاصة بالفريق الذي المفضل،ثم عدم متابعة الرياضة المحلية، يساهم الشد في متابعة المباريات لسلوكيات غير معتادة لدي كالتدخين وتعاطي العقاقير والمنبهات والمهدئات ثم عدم فعل إي شيء.

نتائج التحقق من فرضيات الدراسة :

بعد إجراء الاختبارات الإحصائية اللازمة للتحقق من فرضيات الدراسة ، تبين ما يلي :

1- ثبتت صحة الفرض الأول حيث ، وجد أنه لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات المعرفية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي .

2- ثبتت عدم صحة الفرض الثاني ، حيث وجد أنه لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات الوجدانية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير الجنس .

3- ثبتت صحة الفرض الثالث ، حيث وجد أنه توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات السلوكية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير الجنس .

4- ثبتت صحة الفرض الرابع ، حيث وجد أنه لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات المعرفية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير مكان السكن .

5- ثبتت صحة الفرض الخامس ، حيث وجد أنه لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات الوجدانية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير مكان السكن .

6- ثبتت صحة الفرض السادس ، حيث وجد أنه لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات السلوكية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير مكان السكن .

7- ثبتت صحة الفرض السابع ، حيث وجد أنه لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات المعرفية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير المستوى الدراسي

8- ثبتت صحة الفرض الثامن ، حيث وجد أنه لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات الوجدانية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير المستوى الدراسي .

9- ثبتت صحة الفرض التاسع ، حيث وجد أنه لا توجد فروق ذات دلاله إحصائية بين المبحوثين في التأثيرات السلوكية التي تترتب على متابعة مباريات كرة القدم الأوروبية عبر الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية تعزى لمتغير المستوى الدراسي .

ثانيا : التوصيات

1- يوصي الباحث المختصين بالقطاع الرياضي العربي الاستفادة من تجربة الرياضة الأوروبية، والوقوف عن الأسباب الحقيقية التي ساهمت في تسويق وترويج هذه الرياضة لكي تعالج السلبيات ، وتعزز الايجابيات وفق الرؤية العربية للصناعة الرياضية.

2- يوصي الباحث بأن تقوم كليات وأقسام الاعلام العربية بالتركيز على صحافة وإعلام التخصص.

3- يرى الباحث بضرورة إجراء دراسات تسعى إلى تطوير أداء البرامج الرياضية ، وان تركز على الرياضة العربية .

4- يوصي الباحث وسائل الاعلام العربية المتخصصة في المجال الرياضي بالاهتمام بصورة أكبر في التغطية الإعلامية للألعاب الرياضية العربية وخلق حالة من توجيه الميول إلى الرياضة الداخلية بحيث تتمكن من تأدية دور الوسيط الناجح بين الرياضات المختلفة والجمهور ، وهذا هو دور الاعلام الرياضي الناجح .

5- يوصي الباحث بأن تركز وسائل الاعلام العربية على النشاطات الرياضية الوطنية وتهيئة الرأي العام في المجتمع لتقبل ورسوخ ثقافة المجتمع الرياضي من دون المبالغة في تسليط الأضواء على الرياضة الأوروبية .

6- يوصي الباحث بأن تقوم الفضائيات الرياضية العربية المتخصصة في نشر الوعي والثقافة الرياضية ، نظرا لما تملكه من أدوات وإمكانيات لفتت انتباه الجمهور العربي وحازت على استحسان في التعليق والتقديم والتحليل .

7- تكثيف الرسائل المعلوماتية عبر هذه الفضائيات فيما يخص الرياضة العربية وفقا لما ذهب إليه جمهور الدراسة ، من أن هنالك اشباعات معرفية من هذه الفضائيات وهو دليل على متابعة الجمهور العربي لتلك الفضائيات فمن المهم تسليط الثقافة وفق مفهوم رياضي عربي لترسيخ الأفكار والاتجاهات العربية في ذهنية المتلقي العربي ولاسيما ذوي الاختصاص والمهتمين .

8- يوصي الباحث القنوات الفضائية الرياضية العربية بتخفيض أسعار البطاقات المشفرة حتى يتمكن اكبر عدد من الأفراد من مشاهدة المباريات التي تبث على قنواتها المشفرة سواء العربية أو الاوروبية .

9- يوصي الباحث أن تركز القنوات الرياضية العربية على المجالات الرياضية الأخرى ولا تكتفي برياضة كرة القدم سواء الأوروبية أو العربية لاسيما وان الجمهور والمتلقين لديهم اهتمامات أخرى غير كرة القدم ومن المهم أن يساهم الاعلام الرياضي في تنمية الرياضات الأخرى وفق خطط مبرمجة .

قائمة المراجع

أولا : المراجع العربية

1. أبو جادو ، صالح . 2002 . **سيكولوجية التنشئة الاجتماعية** . دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان .

2. أبو اصبع ، صالح . 2004 . **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة** . دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، عمان.

3. أبو حويج ، مروان . 2006 . **المدخل الى علم النفس** . دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع . عمان، الأردن

4. أبو الحمام ، عزام . 2010. **الاعلام الثقافي في جدليات وتحديات** . دار أسامة للنشر والتوزيع ،عمان .

5. أبو اصبع ، صالح .2004.**الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة** .ط4 .دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ،عمان .

6. أبو زيد ، فاروق . 2008 . **الصحافة المتخصصة** .عالم الكتاب ، القاهرة .

7. أحمد ، سهير . 2008. **مدخل الى علم النفس** . دار الزهراء ، الرياض .

8. اسكندر ، مروان .1983. **مفهوم الاعلام المتخصص** .دورة في صناعة النفط و الغاز للإعلاميين النفطيين .منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول ، الكويت .

9. إبراهيم ، يسرى و حمد ، فاطمة ، **نظريات الاتصال** ، 2010، دار النهرين للتوزيع والإعلان والنشر . بغداد

10. إبراهيم، إسماعيل. 2001. **الصحفي المتخصص** . دار الفجر للنشر ،القاهرة .

11. إسماعيل ، محمود . 2003. **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير** .الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة .

12. إبراهيم ، سليمان . 2010. **المدخل الى علم النفس المعاصر** . ايتراك للطباعة وانشر والتوزيع ، القاهرة .

13. ارنون وتنج، 1977ملخصات اتشوم. **نظريات ووسائل في مقدمة علم النفس.** ترجمة عادل عز الدين الانشول وآخرين. مركز الأهرام للترجمة العلمية ، القاهرة .

14. بدر ، احمد .1982 . **الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية** . وكالة المطبوعات ، الكويت .

15. بركات ، محمد خليفة . 1976.**علم نفس التعليم** . ج .3دار العلم ، الكويت .

16. بلقيس ، أحمد ، و مرعي ، توفيق . 1982 . **الميسر في علم النفس التربوي** ، ، دار الفرقان .عمان.

17. تركي ، نصار . 2004. **وسائل الاعلام وقضايا المجتمع** . مؤسسة حمادة ، اربد .

18. تشارلز ، رأيت .1983. **المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري** . ت محمد فتحي . الهيئة المصرية العامة ، القاهرة .

19. الجبوري ، راضي .2012.**الاعلام المتخصص** .دن .

20. جلال ، سعيد . 1981. **المرجع في علم النفس** . دار المعارف ، مصر .

21. جمال حسين الألوسي . 1988. **علم النفس العام.** دار الميزة للطباعة والنشر .

22. حجاب، محمد . 2010. **نظريات الاتصال** . دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة.

23. الحماحمي، محمد ورجب، أحمد .2006 .**الاعلام التربوي في مجالات الرياضة واستثمار أوقات الفراغ** . مركز الكتاب للنشر . القاهرة .

24. الحصيف ، عبد الرحمن. 1998، **كيف تؤثر وسائل الإعلام على الطفل - دراسة في النظريات والأساليب.** مكتبة العبيكان للنشر والتوزيع ، الرياض .

25. حسين ، سمير . 2006 . بحوث الإعلام . ط ٢. عالم الكتب ، القاهرة .

26. حيزان . محمد . 1998 م . **البحوث الإعلامية** . مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض .

27. حسين ، سمير . 1995 . **بحوث الاعلام** . ط 2 . عالم الكتب ، القاهرة.

28. حبيب ، أحمد . 2010. **علم النفس الاجتماعي** . مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، القاهرة .

29. حمزة ، مختار . 1979. **مبادئ علم النفس** . دار الجمع العلمي ، جدة .

30. حسين ، كريم .1985. **الاتجاهات النفسية للفرد والمجتمع** . مطبعة دار الرسالة، بغداد .

31. الخصاونة ، إبراهيم . 2012 .**الصحافة المتخصصة**. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة . عمان

32. الخولي ، أمين . 1996. **الرياضة والمجتمع** . دار القسطل للنشر والتوزيع .

33. الخاتنة ، سامي و النوايسة، فاطمة. 2011 . **علم النفس الاجتماعي** . دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان .

34. خصور ، أديب . 2005 . **الاعلام المتخصص**. المكتبة الإعلامية ، دمشق .

35. خليفة ، صابر .2003. **مبادئ علم النفس** . دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن، عمان .

36. خليفة ، عبد اللطيف ، و محمود ،عبد المنعم . 1997 . **سيكولوجية الاتجاهات**. دار غريب للطابعة والنشر . القاهرة

37. خليفة ، عبداللطيف .2000 . **دراسات في علم النفس الاجتماعي** . دار قباء ، القاهرة .

38. خليل ، محمد .2012. **مبادئ في الاعلام المتخصص** .دن .

39. الداري ، صالح . 2008.**علم النفس** . دار صفاء للنشر والتوزيع . الأردن ، عمان .

40. الداري ، صالح ، و الكسبي ، مجيد.1999. **علم النفس العام** . دار الكندي للنشر والتوزيع، اربد.

41. درويش ، زين العابدين . 1999. **علم النفس الاجتماعي أسسه وتطبيقاته** . دار الفكر العربي ، القاهرة .

42. ويدار ، عبد الفتاح . 1992 . **سيكولوجية العلاقة بين مفهوم الذات والاتجاهات**. دار النهضة العربية ، بيروت .

43. راغب ، نبيل . 1985 . **العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي** .الشركة المصرية العالمية للنشر ، القاهرة .

44. رشتي ، جيهان ، **الأسس العلمية لنظريات الاعلام** ، 1978،ط2 ،دار الفكر العربي . القاهرة

45. الدئمي ، خالد. 2009 . الليبيون والفضائيات ، دار النهضة العربية ، القاهرة.

46. الريماوي ، محمد وآخرون. 2011، **علم النفس العام** . ط4 . دار الميسرة للنشر والتوزيع ،عمان .

47. ديفلير ،روكيتش .1993. **نظرية وسائل الاعلام** . ت كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر والتوزيع ، مصر .

48. الزق ، أحمد. 2009 . **علم النفس** . دار وائل للنشر . عمان

49. الزويني ، حسين .2012. **القنوات الفضائية والإعلام الاقتصادي** .دار أسامة للنشر والتوزيع ،عمان .

50. السامرائي ، نبيهه ،واميمن ، عثمان .2006. **مقدمة في علم النفس** . دار زهران للنشر والتوزيع .

51. السيسي ، شعبان . 2002. **علم النفس (أسس السلوك الإنساني بين النظرية والتطبيق)** . المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية .

52. السيد ، عبد الحليم ، وآخرون . 2003. **علم النفس الاجتماعي المعاصر** ، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة .

53. سامح .2012. **الاعلام الرياضي وصنع القرار في المجال الرياضي** . دار الوفاء للطباعة والنشر ، الإسكندرية .

54. الشماس ، عيسى .2004. **الاعلام التربوي** . جامعة دمشق . دمشق

55. شرف ، عبد العزيز .2003 . **الصحافة المتخصصة و وحدة المعرفة** .عالم الكتاب ، القاهرة .

56. شفيق ، حسنين. 2006. **الصحافة المتخصصة المطبوعة والالكترونية** . رحمة برص للطباعة والنشر ،عمان .

57. الشافعي ، حسن . 1985. **وسائل الاتصال الحديثة ومدى تأثيرها على الشخصية الرياضية في المجتمع المصري** . دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الاسكندرية .

58. الصقور، صالح .2012.**الاعلام والتنشئة الاجتماعية** . دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان.

59. صادق، عادل .2007 . **الصحافة وإدارة الأزمات: مدخل نظري – تطبيقي . ط1** ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة .

60. صالح ، أحمد ، وآخرون . 1990. **الصحة النفسية وعلم النفس الاجتماعي والتربية الصحية** . مركز الإسكندرية للكتاب . الاسكندرية .

61. صليبا ، جميل .1972. **علم النفس** . ط3 . دار الكتاب اللبناني ، بيروت .

62. طلبة ، محمد . **الرياضة الجماهيرية قضايا ومناقشات** . المؤسسة العامة للثقافة . ليبيا .

63. العيثاوي ،هادي .2009. **الاتصال الرياضي من جدران الكهوف إلى الأقمار الصناعية**. شركة الانس للطباعة والنشر والتوزيع المحدودة . بغداد .

64. العقاد ، ليلى . 2000. **مدخل إلى نظريات الاتصال ووسائله** . منشورات جامعة دمشق ، دمشق .

65. عويس، خيرالدين و عطا ، عبد الرحيم . 1998 .**الاعلام الرياضي** . مركز الكتاب للنشر . القاهرة .

66. عيد ، إبراهيم . 2000 . **علم النفس الاجتماعي** . مكتبة زهراء الشرق ، القاهرة.

67. عوض، عباس. 2001 . **علم النفس الاجتماعي** . دار المعرفة الجامعية . الإسكندرية .

68. عوض ، عباس و الدمنهري ، رشا . 1996 . **علم النفس الاجتماعي** ، ، دار المعرفة الجامعية .الإسكندرية .

69. عبد النبي ، سليم . 2010 .**الإعلام التلفزيوني** . دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان .

70. عمر ،احمد .2002.**الاعلام المتخصص دراسة وتطبيق** . مكتبة الجامعة ، الشارقة .

71. عمر، احمد . 2002. **الاعلام المتخصص دراسة وتطبيق** . مكتبة الجامعة بالشارقة ،الإمارات العربية المتحدة .

72. العبد، عاطف عدلي . 2010. **مدخل الى الاتصال** . دار الفكر العربي ، القاهرة .

73. العبد ،عاطف عدلي . 2006. القنوات المتخصصة . دار الإيمان للطباعة والنشر، القاهرة .

74. العيثاوي .2010 . بعنوان **التغطية التلفزيونية للإحداث الرياضية الكبرى** . المكتبة الوطنية ، بغداد .

75. عبد الحميد ، محمد . 1997 . نظريات الإعلام واتجاهات التأثير . عالم الكتاب، القاهرة .

76. عبد المؤمن ، علي . 2008. **البحث العلمي في العلوم الاجتماعية** . دار الكتب الوطنية ، ليبيا .

77. عبد الحميد ، محمد. 2000 . **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية .** عالم الكتب ، القاهرة.

78. عيسوي ، عبد الرحمن . 1983. **اتجاهات جديدة في علم النفس الحديث** . دار النهضة العربية، بيروت .

79. عطران، فارس. 2009. الفضائيات العربية ودورها الإعلامي . دار أسامة والتوزيع ، عمان .

80. عبد اللطيف ، صلاح .2004. **الصحافة المتخصصة** . مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، الإسكندرية .

81. الغرباوي ، محمد عبد العزيز. 2007. **الاتجاهات النفسية**. دار اجنادين للنشر والتوزيع . عمان

82. الفيكتوري ، محمد شرف . 2008. **مدخل الى الاعلام المتخصص دراسة نظرية وتطبيقية .** اللجنة الشعبية العامة للثقافة والإعلام ، بنغازي .

83. الكتاني ، محسن . 2012. الاعلام الفضائي والجنس . دار أسامة للنشر ، عمان.

84. الكتاني ، ممدوح ، وآخرون .2002 . **المدخل الى علم النفس** ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، بيروت .

85. لانبرت ، وليم و لانبرت ، وولسا ، **علم النفس الاجتماعي** ، ترجمة الملا ، سلوى ونجاتي، محمد .1993. ط2. دار الشرق ، القاهرة .

86. الموسى ، عصام .1995 . **المدخل الى الاتصال الجماهيري** . دار و مكتبة الكتاني، اربد

87. المشاقبة ، بسام .2012.**الاعلام الأمني** .دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان.

88. مرزوق ، يوسف . 1979. المدخل الى حرفية الفن الإذاعي . الانجلو مصرية ، القاهرة.

89. المحامد ، شاكر . 2003 . **علم النفس الاجتماعي** . المدى للنشر والتوزيع ، عمان .

90. الموسى ، عبدالله . 1988. **المدخل الى علم النفس** . ط3 ، حقوق الطبع والنشر محفوظة للمؤلف .

91. منسي ، محمود . 1987. **قراءات في علم النفس** . المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية .

92. الملا ، محمد . 2012. **علم النفس الاجتماعي** . دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الإسكندرية .

93. ملحم ، سامي .2006. **سيكولوجية التعلم والتعليم** . ط2. دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة . عمان

94. ملحم ، سامي محمد .2005. **القياس والتقويم في التربية وعلم النفس** . ط3 . دار الميسرة للطباعة والنشر ، عمان .

95. محجوب ، محمد منير . 2003 . **الموسوعة الإعلامية** .دار الفجر للتوزيع والنشر ، القاهرة .

96. مكاوي ، حسن و السيد ، ليلى ، **الاتصال ونظرياته المعاصرة** ، 1998، الدار المصرية اللبنانية . القاهرة

97. المشاقبة ،بسام .2011. **نظريات الاعلام** . دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان .

98. الموسى ، عصام . 1995 . **المدخل في الاتصال الجماهيري** . ط3 . دار الكتاني للنشر والتوزيع ، اربد .

99. مراد ، كامل . 2011. **الاتصال الجماهيري والإعلام التطور - الخصائص – النظريات** . دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان .

100. نشدي ، مجدي احمد . 2007 ، الاعلام الرياضي ، جامعة نافي العربية للعلوم الأمنية .الرياض

101. نشراتي ، عبد المجيد. 2003. **علم النفس التربوي** . ط4، دار الفرقان للنشر والتوزيع، عمان .

102. الهادي ، نبيل .2011. **تشكيل السلوك الاجتماعي** . دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الأردن ،عمان .

103. همام ، طلعت. 1984. **سين وجيم عن علم النفس الاجتماعي** . مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع ، بيروت .

104. إلهيتي . عبد الرزاق . 2011. **الصحافة المتخصصة** . دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان.

105. الهنداوي ، أيمن . 2004. **برامج التلفزيون المصري الرياضية والوعي الرياضي** . دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر .

106. الهنداوي ، أيمن .2004. **تحليل برامج التلفزيون الرياضية وأثرها على نشر الوعي الرياضي** . دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية .

107. ويمر ، روجر ودومينيك ، جوزيف . 1989 . **مناهج البحث الإعلامي** . ت صالح خليل ابو إصبع . صبرا للطباعة والنشر ، دمشق .

108. الياسين ، فضل .2011. **الاعلام الرياضي** . دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان .

109. يونس ، انتصار . 2001 . **السلوك الإنساني**. المكتبة الجامعية ، الإسكندرية .

110. ZEHNER،ERLEBACH .1987. ترجمة مزروع . طاهر . **علم النفس للمعلم والمربي** . مكتبة النهضة المصرية ، الإسكندرية.

ثانيا : المراجع الأجنبية

1. Muhammad Aslam . 2008 . **Sport TV Channel Preferences in Lahore, Pakistan**. ISSN 1450-216X Vol.24 No.2

2. Salman Farzalipour . **2012 . The Role of Mass Media in Women's Sport** . Ankara University School of Physical Education and Sports, Ankara, Turkey.

3. AAF/ ESPN . 2001 . **Children and Sports Media** . *Amateur Athletic Foundation of Los Angeles2141 W. Adams Blvd.Los Angeles, CA 90018.*

4. Edward (Ted) M. Kian . 2007 . Framing **Differences in Gender-Related Sport Coverage by Internet Sites and Newspapers** . University of Central Florida.

5. REAL.M.R, 1998. media sport . technology in the condifetion of postmodern sport – in media sport .London .

6. Joseph T. Klapper .1963 . The Effects of Mass Communication ,Glencoe , Illinois, The Free Press.

ثالثا : أبحاث ورسائل جامعية غير منشورة :

1. ابو عابد . 2002.**الإعلام الرياضي وعلاقته بالقرارات الصادرة عن الاتحاد المصري لكرة القدم والخاصة بإقالة الجهاز الفني للمنتخب الوطني في الفترة من (1995-2000)** . رسالة ماجستير ، كلية التربية الرياضية ، جامعة حلوان .
2. الرويشد ، بدر .2012. **دور وسائل الاعلام في تطوير كرة القدم الكويتية من وجهة نظر الرياضيين والصحفيين** . رسالة ماجستير غير منشورة . جامعة الشرق الأوسط ،عمان.
3. الزعبي ، لطفي .1992. **اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو برنامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني** .رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية التربية الرياضية ،الجامعة الأردنية ،الأردن .
4. الظهراني ، محمد .2009. **دوافع تعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة دراسة ميدانية على عينة من افراد المجتمع السعودي** . رسالة ماجستير غير منشورة . جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، المملكة العربية السعودية .
5. قدور ، نوبيات ، **اتجاهات الشباب البطال نحو تعاطي المخدرات** ،2006، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة .
6. عبيدات ،شيرين . 2005.**دور الاعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية الرياضية في الجامعة الأردنية** .رسالة ماجستير غير منشورة ،جامعة اليرموك ،اربد ،الأردن.
7. محسن ، حاتم .2011. **دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بمفهوم السلامة الوقائية والصحة المهنية لدى العمال في الأردن** . رسالة ماجستير غير منشورة . جامعة الشرق الأوسط ، عمان .
8. الغرايبة، مالك.2011 . **شبكة الجزيرة واهتمامات الشباب العربي**. دراسة ميدانية على الشباب العربي . بحث غير منشور ، جامعة اليرموك .

رابعا : البحوث والدراسات المنشورة في مجلات محكمة

1. الباحوث، خالد.2000. **حقوق النقل التلفزيوني** . مجلة الإذاعات العربية ،العدد4
2. حميد ، حسن . 2006. **السيدة العجوز** . مجلة الرياضة اليوم ، العدد 40 .
3. السلعوس ، محمد هاشم . 2005. **المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني دراسة ميدانية من وجهة نظر المشاهدين** . أبحاث اليرموك .سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 22 ، العدد 3 .
4. شاكر و شحاذة 2009. **دور مشاهدة القنوات الفضائية الرياضية في نشر الثقافة الرياضية بين طلبة جامعة ديالى** . مجلة الفتح ، العدد43.
5. طاهر .2009. **التغطية الإخبارية للأحداث الرياضية في القناة الفضائية العراقية** ، **مجلة البحث الإعلامي** ،**العدد 7-6** .
6. قطشة، عبد القادر . 2010. **الاعلام و الرياضة وعناصر التفكير** . مجلة البحوث والدراسات العلمية ، العدد4 .
7. المعياري ، المنصف، عبد الكافي . محمد.٢٠٠٦ .**القنوات التليفزيونية العربية المتخصصة**. سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (٥٦)، اتحاد إذاعات الدول العربية ـ جامعة الدول العربية، تونس .
8. الهرقام ،عبد الحفيظ . **حقوق البث التلفزيوني للإحداث الرياضية الكبرى** . مجلة الإذاعات العربية ، العدد 2 .

خامسا : المواقع الالكترونية

1. أميره عبدالله الجاف ، دراسة **نظرية في مفهوم الإعلام المتخصص وإمكانية تعزيزه في إقليم وكردستان العراق** ، منشور على الرابط التالي : www.rojnameyakurdistan.ne ، تاريخ الدخول 20 / 5/ 2013 .

2. الدسوقي ، محمد . 2009. **الاعلام الرياضي** .منشور على الرابط التالي : http //:eldesuky.maktoobblog.com ، تاريخ الدخول 1 / 5/ 2013.

3. الشميمري ، فهد .2010. **التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الاعلام** . منشور على الرابط التالي : www.saudimediaeducation.org ، تاريخ الدخول 10/1 / 2012.

4. الشيميري ، فهد . 2010. **التربية الإعلامية** . منشور على الرابط التالي : -digital mediaph.com/book/index.php?option ، تاريخ الدخول 5/5/ 2013.

5. الكنتاوي، حدي. 2008. **قناة الجزيرة القطرية رؤية شاملة**. مجلة الرسالة. منشورة على الرابط التالي: WWW.KHAYMA.COM/RISALA/HADI.HTM تاريخ الدخول 7/ 1 / 2013

6. حسن ، إسلام ، **الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاقناعية** ،2010، منشور على الرابط التاليhttp://dc189.4shared.com/doc/YqYrReMg/preview.html تاريخ الدخول 2013/2/10

7. حسنة،عمر،**استمالات وأساليب الإقناع في الرسالة الاتصالية** ، thttp://www.islamweb.ne تاريخ الدخول 2013/2/7

8. عبد العليم، محمد. 2010. **الاعلام الرياضي** . منشور على الرابط التالي : http://eldesuky.maktoobblog.com/441 ، تاريخ الدخول 2013/1/25

9. عبد العظيم ، محمد ,**الاعلام الرياضي** . منتدى الإدارة الرياضية والتسويق الرياضي ، منشور على الرابط التالي : http://www . masm.ibda3.org ، تاريخ الدخول 23/ 3/ 2013.

10. عبد المنعم ، احمد 2011 . **الآثار السلبية للقنوات الفضائية الرياضية والدعائية على نظام التربية البدنية والرياضة كنظام اجتماعي عربي** .منشورة على الرابط التالي : http://www. ashrafmark.maktoobblog.com/27 تاريخ الدخول 2013/1/25.

11. غولي ، خالد ، **الاعلام الرياضي وكيفية المعالجة** ، منشور على الرابط التالي : http://www.middle-east-online.com/?id=67499 تاريخ الدخول 2013/1/27.

12. محمد ، عبدالله ، **مهارة الإقناع** ، منشور على الرابط التالي : http://www kenanaonline.com/users/abdallama/posts/309290 تاريخ الدخول 2013/2/11:

13. كامل محمد ، سهام .2001. **الاتجاهات** ،مركز دراسات وبحوث المعوقين ،منشور على الرابط التالي : www.gulfkids.com ، تاريخ الدخول 18 / 3 / 2013

14. موقع الهدف الرياضي : http: //www.uaegoal.com ، تاريخ الدخول : 2012\6\22

15. موقع الكتروني ويكيبيديا http://ar.wikipedia.org/wiki تاريخ الدخول 25-3-2013

16. موقع قناة الجزيرة الرياضية الالكتروني على الرابط التالي : http://www.aljazeera sport.net ، تاريخ الدخول 21-3-2012

17. موقع قناة دبي الرياضية الالكتروني على الرابط التالي : www.dmi.ae/dubaisports/live.asp تاريخ الدخول 20- 4- 2013

18. موقع قناة ابو ظبي الرياضية إلكتروني على الرابط التالي : http://www.adtv.ae/about.php تاريخ الدخول 18 - 4 – 2013

19. وافي ، أمين ، **نظريات الاعلام** ، منشور على الرابط التالي : http://www .site.iugaza.edu.ps/awafi تاريخ الدخول 2013/2/7

الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

ملحق (1)

جامعة اليرموك

كلية الإعلام

قسم الصحافة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تحية طيبة وبعد

يجري الباحث دراسة بعنوان **"دور الفضائيات التلف، علماً الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الاوروبية** دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك"، كمتطلب لنيل درجة الماجستير في الإعلام . يرجى الإجابة عن أسئلة الاستبيان بدقة وموضوعية،علماً بأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط .

الطالب: صفوان رحاحلة

هاتف : 0788980197

شاكرا لكم حسن تعاونكم

المحور الأول: (البيانات الشخصية): **لطفا ضع علامة " √ " أمام الإجابة التي تختارها**

الجنس : □ ذكر □ أنثى

مكان السكن : □ مدينة □ قرية □ بادية

المستوى الدراسي : □ سنة ثالثة □ سنة رابعة

المحور الثاني :(متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية)

1- هل تشاهد مباريات كرة القدم الاوروبية ؟

□ نعم ←—— انتقل للسؤال الثالث □ لا ←—— الرجاء الإجابة على السؤال الثاني وتسليم الاستبيان

2- ما أسباب عدم مشاهدتك مباريات كرة القدم الاوروبية ؟(بإمكانك اختيار أكثر من بديل)

□ عدم التفرغ .

□ عدم الاهتمام .

□ تفضيل مشاهدة الرياضة المحلية على الرياضة الأجنبية

□ تشفير القنوات التي تبثها بشكل حصري .

□ أسباب اخرى اذكرها من فضلك...........................

3- ما هو سبب مشاهدتك مباريات كرة القدم الاوروبية دون غيرها ؟ (بإمكانك اختيار أكثر من بديل)

□ عرض المباريات بشكل جذاب .

□ التشويق الذي تتمتع به تلك المباريات .

□ زيادة المعرفة في المجال الرياضي الأوروبي .

□ ملائمة الوقت الذي تعرض فيه تلك المباريات لأوقات فراغي .

□ عدم وجود فرق رياضية عربية ودولية منافسة للأوروبية.

□ أسباب اخرى اذكرها من فضلك ....

4- ما القناة الرياضية المفضلة لديك لمشاهدة مباريات كرة القدم الاوروبية ؟

□ الجزيرة الرياضية □ دبي الرياضية □ ابو ظبي الرياضية □ اخرى

5- أي الدوريات الاوروبية التالية تفضل مشاهدتها : (بإمكانك اختيار أكثر من بديل)

□ الدوري الانجليزي □ الدوري الاسباني □ الدوري الألماني □ الدوري الايطالي □ الدوري الفرنسي □ دوري أبطال أوروبا □ الدوري الأوروبي □ اخرى اذكرها ....

6- ما أسباب تفضيل مشاهدتك مباريات الدوري الذي اخترته في السؤال الخامس ؟(بإمكانك اختيار أكثر من بديل)

□ جودة واحترافية القناة التي تنقل هذا الدوري .

□ وجود معلقين مميزين على مباريات هذا الدوري .

□ متعة المشاهدة .

□ قلة تكلفة الاشتراك بالقناة المشفرة التي تعرض هذا الدوري مقارنة بغيرها من القنوات .

□ عرض مبارياته على قنوات مفتوحة.

□ المستوى الفني أقوى من غيره .

7- كيف تفضل متابعة كرة القدم الاوروبية ؟ (بإمكانك اختيار أكثر من بديل)

□ بشكل فردي □ مع الأهل □ مع الأصدقاء

8-أين تفضل متابعة كرة القدم الاوروبية ؟

□ في البيت □ في المقهى □ عند الاصدقاء □ اخرى اذكرها ....

المحور الثالث (دور القنوات الفضائية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو المتابعة)

9- ما رأيك في مقدمي برامج كرة القدم الاوروبية من حيث :

المواصفات	ممتاز	جيد جدا	جيد	مقبول	ضعيف
الأداء					
الشكل					
اللغة					
إدارة الحوار					
الثقافة الرياضية					

10- هل يعزى انجذابك إلى مباريات كرة القدم الأوروبية إلى كفاءة المعلقين عليها ؟

☐ نعم ☐ لا

11- حدد أسباب الإجابة على السؤال (10) " بـ " نعم " أو " لا " : (ضع إشارة " √ " أمام البديل الذي يتفق مع رأيك ، وبالإمكان اختيار أكثر من بديل واحد)

أسباب الإجابة بـ (نعم)

☐ الأسلوب المشوق للمعلق

☐ عدم الخروج عن أحداث المباراة

☐ الحياد (عدم الانحياز لفريق معين)

☐ استخدام لغة محببة للمشاهدين

☐ عدم تقليد المعلقين غيرهم

أسباب الإجابة بـ (لا)

☐ الأسلوب الممل للمعلق

☐ عدم وجود خلفية رياضية للمعلق

☐ خروج المعلق في بعض الأحيان عن أحداث المباراة

☐ الانحياز لصالح فريق معين

☐ كثرة الأخطاء في أسماء اللاعبين

12- من هو المعلق المفضل لديك في القنوات الفضائية الرياضية ؟(بإمكانك اختيار أكثر من بديل)

☐ عصام الشوالي ☐ كريم الطهروني ☐ فارس عوض

☐ رؤوف خليف ☐ حسني الزغدوني ☐ فهد العتيبي

☐ حفيظ دراجي ☐ احمدالحامد ☐ سمير اليعقوبي

☐ علي محمد علي ☐ احمد الشحي ☐ أسماء اخرى اذكرها من فضلك ....

13- برأيك هل يعد المحللون الرياضيين(عرب، أجانب) الذين تستضيفهم القنوات الرياضية للتحليل على مباريات كرة القدم الاوروبية عامل جذب للمتابعة ؟

☐ نعم ☐ لا

14- حدد أسباب الإجابة عن السؤال (13) " بـنعم " أو" لا " : (ضع إشارة " √ " أمام البديل الذي يتفق مع رأيك ، وبالإمكان اختيار أكثر من بديل واحد)

أسباب الإجابة بـ (نعم)

- ☐ توجيه النقد الذي يخدم اللعبة
- ☐ المصداقية وعدم التحيز لصالح فريق دون آخر
- ☐ قراءة أفكار المدربين والتوقع لما سيحصل في المباراة
- ☐ لباقة المحلل الرياضي
- ☐ التحليل الواقعي والمنطقي
- ☐ الخبرة التدريبية

أسباب الإجابة بـ (لا)

- ☐ عدم توجيه النقد البناء الذي يخدم اللعبة
- ☐ التهجم على اللاعبين دون مبرر
- ☐ المبالغة في وصف الحدث
- ☐ تغلب العاطفة على التحليل
- ☐ الاعتماد على التخمين كأن يقول (اعتقد أن الكرة ...)
- ☐ الانحياز لصالح فريق دون آخر
- ☐ عدم تقديم فكرة رياضية مفيدة للمشاهد

15- من هو المحلل الرياضي المفضل لديك في القنوات الفضائية الرياضية ؟(بإمكانك اختيار أكثر من بديل)

☐ حازم إمام ☐ جمال صالح ☐ خالد الشنيف

☐ جمال الشريف ☐ فؤاد بو شقر ☐ حاتم الطرابلسي

☐ الساندرو التوبيلي ☐ ستيف سنكلير ☐ تشيزري مالديني

☐ عادل السليمي ☐ نايجل ويتونبينج ☐ أسماء اخرى اذكرها من فضلك ....

16- ما دور الاستوديوهات التحليلية في زيادة معلوماتك ودفعك نحو متابعة المباريات الرياضية ؟

☐ كبير ☐ متوسط ☐ ضعيف

17- ما القناة الرياضية التي تجدها متحيزة في التعليق والتحليل بين مباريات كرة القدم الاوروبية التي تبثها ؟

☐ الجزيرة الرياضة ☐ دبي الرياضية ☐ ابو ظبي الرياضية ☐ لايوجد قناة متحيزة

18- لماذا تعتقد أن هذه القناة كانت متحيزة في العرض بين دوريات كرة القدم الاوروبية ؟(بإمكانك اختيار أكثر من بديل)

- ☐ تلبية رغبات الجماهير
- ☐ ميول العاملين في القناة لهذا الدوري .
- ☐ وجود لاعبين على مستوى عال .
- ☐ عدم توفر الإثارة في بعض الدوريات الاوروبية
- ☐ التكلفة المرتفعة لحقوق البث
- ☐ أسباب اخرى اذكرها ....

19- ما الوسائل الإعلامية الأخرى التي تفضلها لمتابعة الأخبار المتعلقة بكرة القدم الاوروبية في غير التلفاز؟

☐ صحف ☐ الراديو ☐ الانترنت ☐ لا أتابع في غير التلفاز

20-إذا كانت الإجابة أتابع في وسائل اخرى ما أسباب متابعتها ؟ (بإمكانك اختيار أكثر من بديل)

☐ التأكد من توقيت المباريات

☐ الحصول على معلومات عن اللاعبين والأحداث لم أتمكن من الحصول عليها من خلال التلفاز

☐ عدم وجود اشتراك في تلك القنوات

☐ أسباب اخرى اذكرها من فضلك ....

21- هل ترى أن تشفير القنوات الرياضية لا يحفز المشاهدين على مشاهدة مباريات كرة القدم الاوروبية ؟

☐ بدرجة كبيرة ☐ بدرجة متوسطة ☐ بدرجة ضعيفة

22- هل تعتقد أن إعادة بث المباريات المشفرة يساعد الجمهور على الاستمرار في متابعة المباريات كرة القدم الاوروبية وبالتالي تحفيزهم على الاشتراك في هذه القنوات ؟

☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

المحور الرابع (التأثيرات المترتبة على متابعة مباريات كرة القدم الاوروبية)

23- إليك مجموعة من التأثيرات التي قد تحدث أو تتشكل من خلال متابعتك للرياضة الأجنبية عبر القنوات الفضائية الرياضية .الرجاء وضع إشارة " √ " تحت ا الخيار الذي يعبر عن درجة التأثير .

التأثيرات	العبارة	مؤثرة جدا	مؤثرة	قليلة التأثير	غير مؤثرة
التأثيرات المعرفية	1.ازدادت معرفتي بقوانين وقواعد ومفاهيم لعبة كرة القدم.				
	2.ازدادت معرفتي بتاريخ الفرق والألعاب الرياضية.				
	3.ازدادت معرفتي بعادات الشعوب في تلك البلدان.				
	4.الاطلاع على المعالم الرياضية في تلك البلدان.				
	5. استوديوهات التحليل الرياضي جعلتني أكثر وعيا بأخر المستجدات وتقنية اللعب التي تجري على الساحة الرياضية على مستوى العالم .				
	6. استوديوهات التحليل الرياضي جعلتني أكثر معرفة بالأخطاء الفنية للاعبين ومستوى الدوري الذي أتابعه .				
	7. المقارنة بين الرياضة العربية والرياضة الأجنبية.				
التأثيرات الوجدانية	1. تقليد المعلقين				
	2.حماس المعلق يجذبني إلى متابعة				

	المباراة				
	3. كره حكم المباراة عندما يبين الاعلام أن الحكم هو سبب الخسارة لكثرة الأخطاء التحكيمية.				
	4. إطلاق بعض المسميات على الأحداث الرياضية كالديربي أو الكلاسيكو يجعلني أكثر فضولا لمتابعة هذه الأحداث .				
	5. يتولد الانفعال لدي عندما يبين الأستوديو التحليلي أن الإعاقة التي تعرض لها اللاعب لا تستحق العقوبة .				
	6.تولد متابعة كرة القدم الاوروبية لدي الاكتئاب عندما يخسر الفريق الذي أشجعه				
التأثيرات السلوكية	1. التحدث مع الأسرة والأصدقاء عن المباريات				
	2. محاولة تقليد الرياضيين				
	3. المشاجرة والمشاحنة عند خسارة الفريق الذي أشجعه				
	4. انتقاد المحللين				
	5. خلق العدوانية لدي بسبب خسارة الفريق الذي أشجعه				
	6. تدفعني متابعة كرة القدم الاوروبية إلى شراء ملابس ورموز خاصة بالفريق الذي أشجعه				
	7. عدم متابعة الرياضة المحلية .				
	8.يساهم الشد في متابعة المباريات لسلوكيات غير معتادة لدي كالتدخين وتعاطي العقاقير والمنبهات والمهدئات				
	9. عدم فعل أي شيء.				

شكرا لتعاونكم .